ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємства»
(на матеріалах ТДВ «Хмельницькзалізобетон»)
(назва теми)

Виконала: студентка
4 курсу спеціальності
073 Менеджмент
Міщук С.В.
(прізвище та ініціали)

Керівник: К.е.н., Піхняк Т.А.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Рецензент: К.е.н., доц. Захаркевич Н.П.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Хмельницький – 2022 рік

Анотація

Міщук С. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства (на матеріалах ТДВ «Хмельницькзалізобетон»). Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Бакалаврська робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 073 Менеджмент. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Хмельницький, 2022. 86 с.

Бакалаврська робота спрямована на вирішення важливого науково-практичного завдання, пов'язаного з управлінням підвищення конкурентоспроможності даного підприємства.

Управлінням конкурентоспроможністю підприємства - це виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності.

В процесі дослідження проаналізовано діючу систему управління конкурентоспроможністю ТДВ «Хмельницькзалізобетон» та визначено основні функції і завдання, які покладені на працівників щодо забезпечення конкурентоспроможності. Досліджено основні складові управління конкурентоспроможністю, надано оцінку головним конкурентам у галузі виробництва будівельних матеріалів. В ході дослідження виявили, що відділу менеджменту варто розробити ефективні методи залучення нових клієнтів, маркетингову політику задля того, щоб тримати свою марку на передових позиціях у даній галузі. Для підвищення конкурентоспроможності ТДВ «Хмельницькзалізобетон» необхідно зробити акцент на маркетинговій частині роботи підприємства, удосконалити систему обслуговування клієнтів, ввести в експлуатацію новітні технології.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, фактори конкурентоспроможності, система управління конкурентоспроможністю, складові конкурентоспроможності, підвищення конкурентоспроможності.

Summary

Mishchuk S.V. Management of enterprise competitiveness (on the materials of TDV "Khmelnitskzalizobeton"). Qualifying scientific work on the rights of the manuscript. Bachelor's work for a bachelor's degree in 073 Management. Leonid Yuzkov Khmelnytsky University of Management and Law, Khmelnytsky, 2022. 86 p.

The bachelor's thesis is aimed at solving an important scientific and practical problem related to the management of increasing the competitiveness of the enterprise.
Enterprise competitiveness management is the implementation of general management functions that determine the strategy and policy in the field of creation and sale of competitive goods, goals and responsibilities in this area of the entity, implemented through such means as competitiveness planning, operational management, its provision and increase within a certain system of competitiveness.

In the course of the research the current system of competitiveness management of TDV "Khmelnitskzalizobeton" was analyzed and the main functions and tasks assigned to employees to ensure competitiveness were determined. The main components of competitiveness management are studied, the assessment of the main competitors in the field of construction materials production is given. Among the factors influencing the competitiveness of the production enterprise are: indicators of efficiency of enterprise management and labor resources. The study found that the management department should develop effective methods of attracting new customers, marketing policies in order to keep their brand at the forefront in this field. To increase the competitiveness of TDV "Khmelnitskyzalizobeton" it is necessary to emphasize the marketing part of the enterprise, to improve the customer service system, to put into operation the latest technolo

Key words: competition, competitiveness, factors of competitiveness, competitiveness management system, components of competitiveness, increase of competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП……..5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА…….8

1.1. Суність процесів управління конкурентоспроможністю підприємства…….8

1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства ……20

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»…….25

2.1. Система управління конкурентоспроможністю ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»……...25

2.2. Оцінка складових управління конкурентоспроможністю підприємства……...38

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНІСТЮ ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН».54

3.1. Розробка заходів з підвищення управління конкурентоспроможністю підприємства……..54

3.2. Економічне обґрунтування впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності на підприємстві……57

ВИСНОВКИ…….60

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….63

ДОДАТКИ……68

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодні у нестабільному суспільстві спостерігаються постійні трансформаційні процеси в економіці, які здійснюють значний вплив на діяльність підприємств. Зазвичай цей вплив дестабілізуючий, що призводить до порушення ефективності роботи, економічної стійкості, прибутковості, тим самим зменшуючи його конкурентоспроможність. Саме тому є актуальним дослідження конкурентоспроможності, як здатності перемагати у справедливій конкурентній боротьбі шляхом збільшення обсягів господарювання, більш ефективного використання ресурсного забезпечення та реалізації економічного потенціалу, розширення ринкової частки та кращого обслуговування потреб населення.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми ефективності управління конкурентоспроможністю підприємства висвітлювали у своїх працях відомі українські та зарубіжні вчені: Балабанова Л.В., Кобєлєв В.М., Кухтін К.В., Малиновський Ю.В., Могилова А.Ю., Портер М.Е., Хрущ Н.А., Чепурний І.П. та ін. Однак, варто зазначити, що недостатньо дослідженою залишається проблема управління конкурентоспроможністю підприємства, що і зумовило вибір теми роботи, визначило мету, завдання, об’єкт і предмет дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою бакалаврської роботи є узагальнення теоретичних аспектів та розробка практичних рекомендацій щодо управління конкурентоспроможністю виробничого підприємства.

Для досягнення поставленої мети у роботі були поставлені та вирішені такі **завдання:**

- дослідити суність процесів управління конкурентоспроможністю підприємства;
- розглянути методи та оцінку конкурентоспроможності підприємства;

- охарактеризувати систему управління конкурентоспроможністю ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»;
- оцінити складові управління конкурентоспроможністю підприємства;
- розробити заходи з підвищення управління конкурентоспроможністю підприємства;
- обґрунтувати впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності на підприємстві.

Об'єктом дослідження є економічні відносини в процесі управління конкурентоспроможністю виробничого підприємства за сучасних умов господарювання.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю у ТДВ «Хмельницькзалізобетон».

Методи дослідження. Методологічною базою бакалаврської роботи є система економічних законів та принципів економічної теорії та менеджменту. У процесі визначення рівня конкурентоспроможності у ТДВ «Хмельницькзалізобетон» використовувались аналітичні та графічні методи оцінки. Також були застосовані методи економічного та статистичного аналізу. Для отримання аналітичної інформації опрацьовувалися дані фінансової та статистичної звітності, зокрема, бухгалтерської звітності підприємства.

Інформаційну базу досліджень сформували нормативно-правові акти України з питань оцінки ефективності управління конкурентоспроможністю, матеріали науково-практичних конференцій, ресурси мережі Інтернет, наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів, матеріали і статистичні дані ТДВ «Хмельницькзалізобетон» за 2018-2020 рр.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що запропоновані підходи та розроблені рекомендації можуть бути використані в практичній діяльності суб'єктів господарювання будь-яких організаційно-правових форм та розмірів з метою формування ефективної політики

підприємства на ринку, підвищення рівня управління конкурентоспроможністю та як результат - її підвищення.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення та отриманні результати бакалаврської роботи були оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції «*Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права в XXI столітті»* (15 квітня 2022 року в м. Полтава) та на XI Міжнародній науково-практичній конференції, «*SCIENCE, INNOVATIONS AND EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS*» (1-3 червня 2022 року в Японії, м. Токіо).

Структура бакалаврської роботи. Робота скаладається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 20 таблиць, 7 рисунків, 7 додатків. Список використаних джерел містить 55 найменування.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1.Суність процесів управління конкурентоспроможністю підприємства

В період значних економічних трансформацій конкурентоспроможність на ринку стає важливим фактором формування принципів діяльності та організації, оцінки та стратегії розвитку підприємства. Ринкові умови вимагають від підприємств високого рівня конкурентоспроможності, що є запорукою його успіху, прибутковості та процвітання.

З латинської термін «конкуренція» (concurrentia) означає – змагання, суперництво. За визначенням М. Вебера, конкуренція – це мирні спроби встановлення контролю за можливостями та перевагами, які також бажані іншими [3].

В українському трактуванні об’єднано два слова: «конкуренція» і «спроможність», що означає здатність, наявність можливостей до конкуренції, змагання.

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція визначається як змагання між суб’єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [42, с.12].

Вперше, поняття конкурентоспроможності було введено М. Портером у праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає цю категорію як сукупність певних конкурентних переваг об’єкта серед аналогічних на ринку. Також він

вважає, що конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, регіону та країни повинні мати логічний взаємозв'язок між собою.

А. Сміт пов'язував конкуренцію з парним, без змови, суперництвом, що відбувається між продавцями/покупцями за найбільш вигідні умови продажу товару. При цьому основним методом конкурентної боротьби він уважав зміни цін [46, с. 102].

О.Є. Кузьмін визначає сутність категорії «конкурентоспроможність» як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [24, с. 102].

Узагальнюючи погляди вчених-економістів щодо визначення економічної сутності поняття «конкурентоспроможність», зауважимо, що це поняття є надзвичайно складним та не має єдиної визначеної характеристики. Нами досліджено та систематизовано основні погляди вчених на дане поняття, які представлено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1. Визначення поняття «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення
1	2
В.М. Кобєлєв, В.І.Болтенко [3]	Відносна характеристика, яка виражає ступінь відмінності даного підприємства від конкурентів у сфері задоволення потреб клієнтів
С. Ярошенко[3]	Відстоювання власних переваг на ринку завдяки наявності ефективнішої стратегії або здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, після перерозподілу якого залишається можливість удосконалення виробництва, підтримання якості продукції та стимулювання робітників.
Ж.-Ж. Ламбен [3]	можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців
Г. Азоєв [1]	Здатність ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку

Продовження таблиці 1.1

1	2
В. Обремчук [2]	Комплексна порівняльна характеристика підприємств, що відображає ступінь переваги оціночних показників діяльності підприємств, що визначає його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів.
Б. Карлофф [2]	Здатність забезпечити кращу позицію порівняно з конкуруючим підприємством
Шершньова З.Є.[1]	як рівень компетенції підприємства щодо ін. підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу
ПартутаТ.О., ФесенкоТ.В. [2]	однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища, тому обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи заходів щодо зміцнення позицій і досягнення конкурентних переваг підпри- ємства є актуальним
Чикан А. [5]	конструкція, де одиницею аналізу є фірма, яка вбудована в її контексти на макрорівні та досліджується економічними, бізнесовими та управлінськими дослідженнями
Зав’ялов П.С. [2]	можливість виробляти та реалізувати продукцію швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості

Джерело: складено автором

Отже, аналіз різних думок науковців показав, що кожне тлумачення можна розглядати з різних позицій, з чого ми можемо зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям, воно з’являється та розглядається в порівняні з іншими підприємствами, якщо підприємство на ринку своєї галузі не є єдиним, воно має конкурентів, конкурентоспроможність підприємства збільшується із покращенням його результатів діяльності, деякі розглядають міжнародну конкурентоспроможність підприємства з позиції відповідності результатів діяльності підприємства вимогам міжнародних ринків, ураховуючи основні чинники, які формують конкурентні переваги на міжнародному ринку.

Якщо розглядати поняття управління конкурентоспроможністю підприємства, то автори трактують його по-різному, адже не існує єдиного

твердження. На думку Фатхутдінова Р. А., під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності [2].

Дослідники Сисоєва Е.О., Франів І.А., Коваль Л.М., Русин-Гриник Р.Р. вважають, що управління конкурентоспроможністю підприємства є відкритою системою, що має входи і виходи, а також складається з керівної та керованої систем, що тісно взаємодіють, оскільки є органічно взаємопов'язаними [3; 5].

Підсумовуючи вище викладене, можемо стверджувати, що конкурентоспроможність – це здатність підприємства займати лідируючу позицію серед конкурентів на внутрішньому або зовнішньому ринку збуту товару.

Сутність конкурентоспроможності також можна дослідити через функції, які вона виконує:

- функція регулювання - показує, що фактори виробництва, під впливом ціни направляють в ті галузі, які є найбільш затребуваними;
- стимулююча функція - змушує підприємства працювати більше, ефективніше, краще та якісніше. Шукати нові технології, які б мінімізували витрати, та сприяли підвищенню прибутку і тд;
- функція контролю - є важелем, який протидіє виникненню монополії на ринку. Тобто, конкуренція не дає одній компанії заволодіти ринком, а дає покупцям вибір;
- функція розподілу - розподіляє дохід серед суб'єктів господарювання відповідно до части їх внеску;
- функція ціноутворення - впливає на рівень витрат кожного підприємства, що шукають шляхи більш ефективних принципів роботи;

- інноваційна функція - показує, що задля отримання додаткових прибутків без збільшення ціни на продукцію, необхідні заходи зменшення витрат, тому підприємству необхідно застосовувати новітні технології та техніки [13, с.55-59].

Таким чином, можна сказати, що сутність конкурентоспроможності проявляється в боротьбі за споживача та завоювання ринку.

Конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів, вплив яких, на думку Н.П. Тарнавської, може підвищувати та зменшувати її загальний рівень, виявляти сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів [55, с. 77].

Перш ніж розглядати фактори конкурентоспроможності підприємства, визначимо, що означає термін «фактор» взагалі. Фактор (від лат. factor – той, що робить, виробляє) – рушійна сила, причина якогось процесу або явища; істотна обставина в якомусь процесі або явищі [12, с. 33]. Інакше кажучи, фактор – це причина, яка впливає на певний результат (наслідок).

Чепурний І. П. вважає, що факторами впливу на конкурентоспроможність підприємства є: показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом, такі, що відображають ефективність управління оборотними засобами; такі, що дозволяють одержати уявлення про ефективне управління збутом і просування товару; показники кадрової забезпеченості [2, с. 211].

Отже, факторами конкурентоспроможності є ті чи інші причини та обставини, що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його. При цьому кожен фактор може мати позитивний або негативний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Тому для одержання повної картини складових конкурентоспроможності підприємства необхідно розглянути фактори, що мають вплив на конкурентоспроможність підприємства.

За ступенем залежності підприємства виділяють внутрішні та зовнішні фактори (рис.1.1).

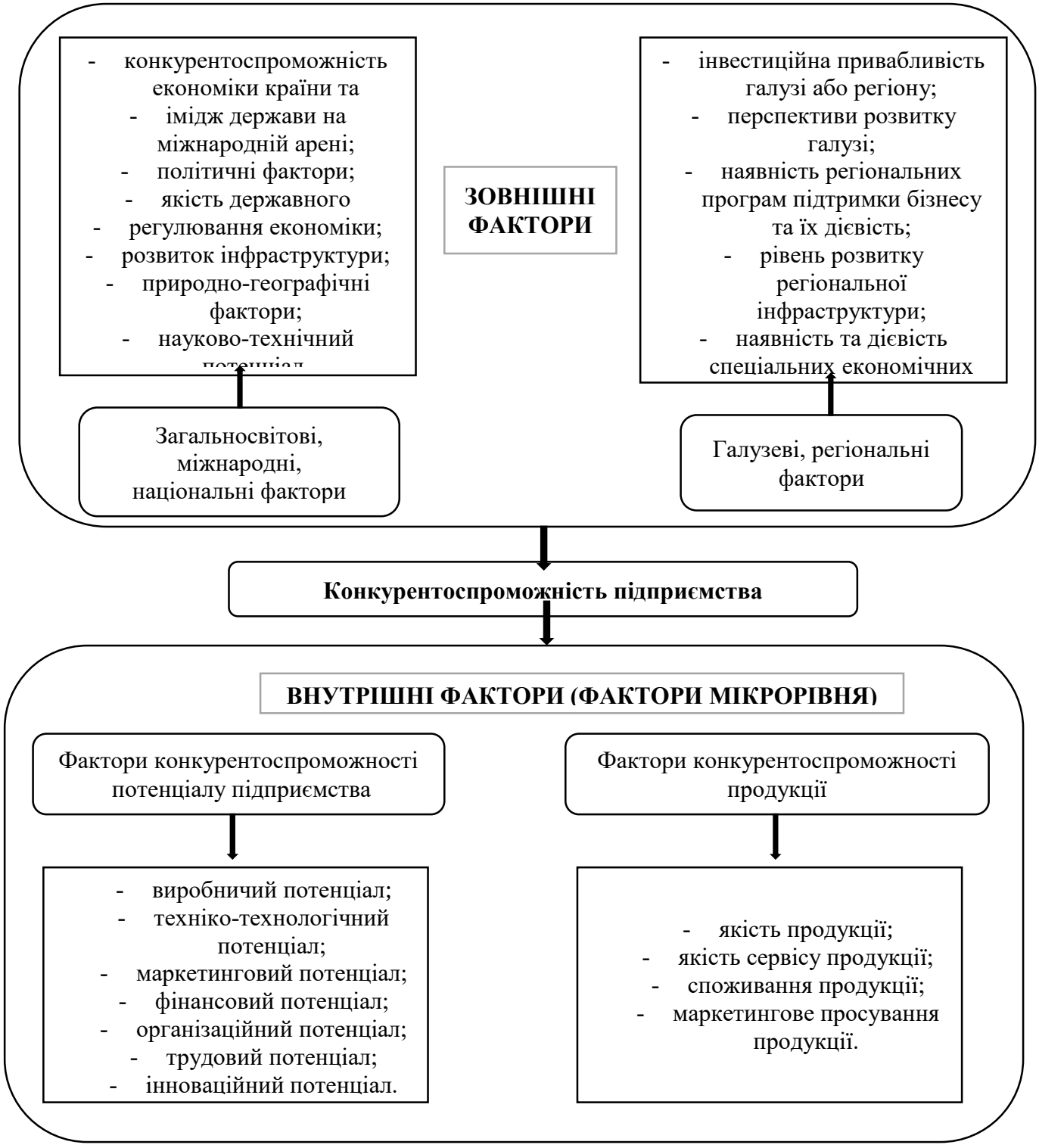


Рис.1.1 – Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: узагальнено автором

Залежно від сфери походження зовнішні фактори конкурентоспроможності можуть класифікуватися таким чином:

- науково-технічні чинники – характеризують стан та динаміку науковотехнічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо;

- організаційно-економічні чинники – відображають загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей;

- соціальні чинники – віддзеркалюють стан та динаміку соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікрорівнях;

- екологічні чинники – характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом навколишнього середовища;

- політичні чинники здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, що найяскравіше виявляється при реалізації продукції підприємства на зовнішніх ринках, або при придбанні імпортних ресурсів.

Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємства. До них відносяться:

- діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень управлінського персоналу і т. д.);

- система технологічного оснащення. Оновлення обладнання та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

- сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства;

- збут продукції, його обсяг та витрати на реалізацію. Вплив цього фактора є суттєвим на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок реалізації продукції, що користується попитом на ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, розширення ринків збуту. Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язаний з аналізом господарської діяльності підприємства [11, с.144].

На думку деяких дослідників, зокрема, О.Г. Янкового, С.І. Савчука, конкурентоспроможність підприємства виражається через багаторівневу ієрархію факторів, де верхній рівень – частка ринку – безпосередньо залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції, другий рівень визначає її потенційну конкурентоспроможність, третій і четвертий – якість управління, останній, п'ятий рівень, – характеризує досягнуті економічні результати [22, 39].

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність підприємства впливає низка факторів. Важливим є розуміння того, що за правильного управління кожен фактор здатний сприяти формуванню додаткових конкурентних переваг, тому необхідно вчасно визначити фактори, аналізувати їх вплив та можливі наслідки.

Досліджуючи суть конкурентоспроможності підприємства, важливим також є визначення проблем, що безпосередньо мають вплив на дану категорію, зокрема до них належать: нестабільність економічної ситуації в країні; відсутність систем інформаційного забезпечення управління конкурентоспроможністю; недостатній рівень конкурентоспроможності товарів підприємства; відсутність конкурентної стратегії, орієнтованої на певні цільові групи споживачів, розробленої з урахуванням конкурентних переваг і існуючих можливостей підприємства; слабкий кадровий потенціал [27, с.21].

У сучасних умовах розвитку вітчизняних підприємств управління їх конкурентоспроможністю розглядається як один з аспектів менеджменту, дія

якого спрямована на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг й забезпечення життєздатності підприємства як суб’єкта економічної конкуренції.

Рівень ефективності системи управління якістю прямо пропорційний рівню конкурентоспроможності продукції та підприємства. Система управління якістю підприємства може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі, враховуючи, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, що знаходить свій вираз у таких показниках, як якість продукції, обсяги виробництва, прибуток тощо.

Загалом, під системою управління конкурентоспроможністю підприємства розуміють сукупність організаційної структури, процесів та ресурсів необхідних для створення і реалізації умов, які в свою чергу сприяють створенню конкурентних переваг. Така система, як правило, не лише стосується всіх видів діяльності, що пов'язані із створенням конкурентних переваг для підприємства, а й взаємодіє з ними.

Доцільним буде детально розглянути складові системи управління конкурентоспроможністю підприємства рис. 1.2.

Отже, сучасна система управління конкурентоспроможності підприємства функціонує на типових елементах економічної системи, а саме: меті, суб`єкті, об`єкті, принципах, функціях, процесі та інших особливостях.

Розглянемо детальніше деякі з елементів. На конкурентоспроможність підприємств впливає велика кількість різноманітних факторів, які або посилюють ефективність функціонування підприємства або послаблюють її, які були вже розглянуті вище.

Метою управління конкурентоспроможністю є формування набору інструментів та механізмів, реалізація яких на системній основі дасть можливість розвивати усі складові ресурсного потенціалу, дія яких забезпечить ефективну

діяльність та стійкий розвиток підприємства в умовах самих різноманітних змін ключових чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

Рис. 1.2 – Система управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: розроблено автором

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначене коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власник підприємства, вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та

керівники підрозділів підприємства), лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, державні та відомчі управлінські структури та органи [23, с.95].

Об'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є: цілі функціонування і розвитку соціально-економічних систем; задачі по зміцненню конкурентоспроможності підприємств; фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємств; стратегії розвитку підприємств; конкурентні переваги, пріоритети; процеси, технології; потенціали; маркетингові комунікації; споживачі; функціонально-забезпечуючі підсистеми; конкуренти; продукти, товари; людський, технічний, фінансовий та інші капітали; складові організаційного розвитку підприємств (цінності, організаційна культура, культура організації; управлінський профіль; організаційна поведінка); працівники підприємств, колективи; центри відповідальності [13, с. 56].

Суб`єкти підприємницької діяльності досягають успіху в конкурентній боротьбі завдяки справному виконанню функцій управління конкурентоспроможністю (табл. 1.2.)

Таблиця 1.2. Функції управління конкурентоспроможністю підприємств

Функції	Характеристика
Управління збутом, асортиментом, якістю та рекламою	Розробка заходів підвищення ефективності роботи підприємства, кадрів підприємства; розробка заходів ефективних методів продажів і обслуговування клієнтів; здійснення контролю якості продукції; розробка ресурсозберігаючої політики; організація маркетингової політики.
Контрольна	Контроль за цільовим використанням коштів підприємства, дотримання показників та отримання бажаних результатів задля забезпечення конкурентоспроможності підприємства; здійснення контролю якості продукції.
Інформаційна	Проведення маркетингових досліджень; визначення конкурентів їх продукції та цінової політики; оцінка поведінки покупців.

Джерело: складено автором за [22]

Як і будь-яка інша система, конкурентоспроможність побудована на принципах, а саме: системності, цілісності; структуризації; збалансованості;

справедливості; обмеженої раціональності; множинності; розвитку; безперервності; забезпечення привабливості посад; залучення; достовірності інформації; попередження; відповідності у часі та просторі [53, с 155].

Ці принципи повинні бути застосовані одночасно та одновекторно. Варто зосередитися на системності заходів, що може використовувати підприємство для зростання рівня конкурентоспроможності, адже епізодичність або слабка взаємоузгодженість дій може не тільки не дозволити досягнути найкращого бажаного результату, а навіть навпаки – погіршити ситуацію. Кожен з цих принципів забезпечує функціонування системи управління конкурентоспроможності підприємства, узгодження її, стійкий розвиток та налагодженість.

Реалізація функцій управління конкурентоспроможністю підприємства у їх взаємозв'язку формує цикл управління конкурентоспроможністю (рис. 1.3).

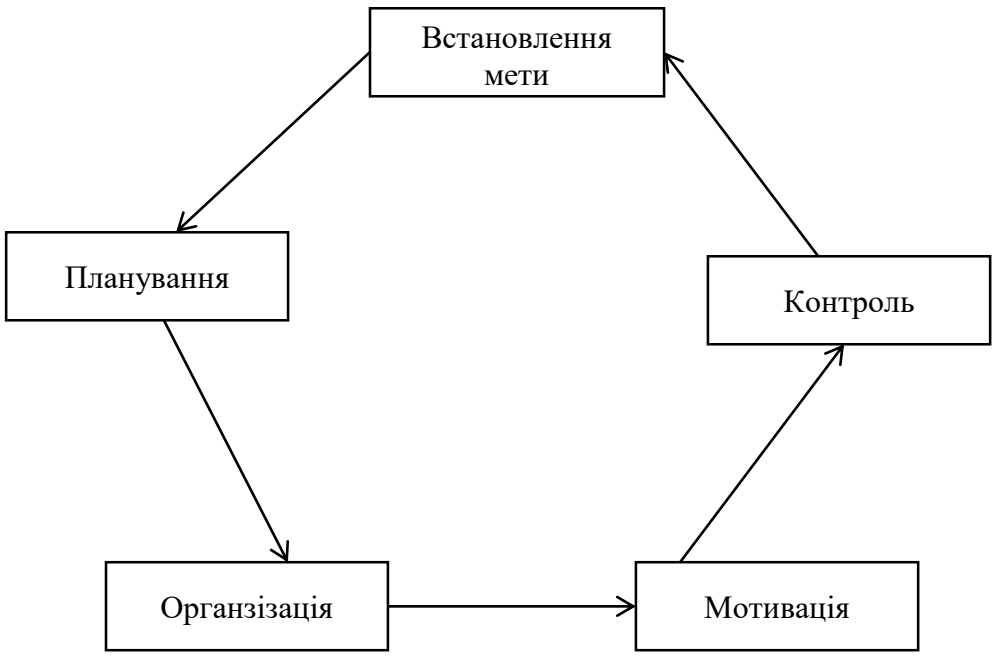


Рис. 1.3 – Цикл управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Таким чином, розглянута система управління, яка включає у себе: мету, функції, принципи, методи, надасть змогу у комплексі оцінити та забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності для ефективного функціонування підприємства на ринку.

1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Визначення шляхів та стратегій розвитку підприємства, повинно базуватися на об'єктивних та надійних оцінках її стану як у теперішньому, так і у майбутньому. Найважливішим елементом цієї оцінки є рівень конкурентоспроможності на існуючих ринках.

Саме у процесі оцінювання конкурентоспроможності будь-якого підприємства виявляються його сильні і слабкі сторони, приховані резерви та потенційні загрози, що в підсумку дає можливість ефективно планувати та розвивати діяльність.

Д. В. Погребняк зазначає, що конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [40].

Оцінка конкурентоспроможності вітчизняних підприємств проводитися з використанням певного інструментарію, що являє собою сукупність методів оцінки, використання яких на практиці обумовлене специфікою фінансово-господарської діяльності підприємства, галузевими особливостями і безпосередньо цілями проведення оцінки.

Сьогодні, у практичній діяльності, застосовується значна кількість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Розглянемо класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності підприємства за Кухтіним К. В. у табл. 1.3.

Таблиця 1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Найменування методу	Область і особливості застосування
1	2
Загальнонаукові методи	
Диференціальний метод	Метод оцінки конкурентоспроможності полягає в порівнянні одиничних показників якості оцінюваної продукції (послуг) з відповідними одиничними показниками якості базового зразка. Використання даного підходу дозволяє встановити: чи досягнутий рівень параметрів досліджуваного суб'єкта параметрів базового/еталонного; за якими параметрами не досягнутий; які з параметрів істотно відрізняються від аналога
Комплексний метод	Метод оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтується на використанні групових, інтегральних та змішаних показників. Оцінка здійснюється шляхом співставлення показників аналізованого підприємства з аналогічними показниками еталону. Перевагою методу є простота розрахунку і можливість однозначної інтерпретації результатів, а основний недолік полягає в неповній характеристиці діяльності підприємства
Спеціалізовані методи	
Аналітичні методи	Метод оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтується на використанні інтегральних показників, оцінки конкурентоспроможності на основі розрахунку ринкової частки, оцінка конкурентоспроможності на основі теорії ефективної конкуренції. Перевагою цього методу є простота розрахунку при наявній інформації, а також досить легке порівняння параметрів аналізованого підприємства і зразка-аналога. Недоліком цієї групи методів є суб'єктивний вплив на оцінку з боку експертів, а також труднощі, пов'язані з обмеженою доступністю даних про діяльність підприємства.
Метод «радарів»	Метод радарів конкурентоспроможності продукції базується на побудові багатокутника, побудованого на осях, які відповідають показникам конкурентоспроможності продукції. Застосування методу передбачає поділ кола на рівні сектори, кількість яких відповідає кількості показників конкурентоспроможності продукції. Збільшення значення показника відповідає віддаленню від центра кола. Для порівняння радари продукції конкурентів будуються на одному колі. Перевагами методу є наочність зображення, а також те, що ваги для всіх показників конкурентоспроможності продукції прийняті однаковими, що виключає фактор суб'єктивізму в процесі оцінки експертним методом. Недоліками методу є трудомісткості обчислень, побудови й розрахунку площі радара при великій кількості показників, а також неможливість визначення ступеня впливу окремих факторів на рівень конкурентоспроможності продукції.

Продовження таблиці 1.3

1	2
Графічні методи	Дозволяють наочно продемонструвати конкурентне положення підприємства в порівнянні з конкурентами (метод кругових діаграм, метод гістограм). Проте відсутність точної кількісної характеристики підприємств за заданими критеріями обмежує можливість застосування цих методів.
Аналітико-прогностичні методи	Відрізняються не лише можливістю обліку впливу різних чинників зовнішнього середовища при оцінці конкурентоспроможності підприємства, але і можливістю комплексного аналізу послуг, кон'юнктури ринку, технології. Ця група методів включає метод мозкового штурму.

Джерело: [25, с. 2, 4, с.195]

Виходячи із інформації, відображеної у табл.1.3, можна стверджувати, що використання тільки одного методу не дає адекватних оцінок про стан підприємства і його потенційні можливості, тому для точної і об'єктивної оцінки необхідно комбінувати існуючі методи.

Однак, розглянуті методи самі по собі не відповідають потребам українських підприємств, оскільки питання вибору універсального показника та факторів конкурентоспроможності, що визначають його рівень, залишається невирішеним. Пропонуємо розглянути класифікацію методів в залежності від етапів дослідження (табл. 1.4).

Таблиця 1.4. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Класифікаційна ознака: етап дослідження	Методи
1	2
Оцінювання конкурентного середовища	PEST-аналіз, SWOT-аналіз, теорія конкурентних переваг М. Портера, 5 конкурентних сил за Портером, побудова конкурентної карти ринку, STEP-аналіз, STEEPV-аналіз.
Вироблення конкурентної стратегії	Матриця McKinsey, матриця БКГ, аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена, матриця Shell, модель Артура Д. Літла (ADL), матриця І. Ансоффа, SPACE аналіз, Матриця А. Томпсона і А. Дж. Стрікленда, дослідження кривої досвіду, індекс Херфіндаля-Хіршмана, індекс Розенблюда, метод побудови конкурентного простору.

Продовження таблиці 1.4

1	2
Оцінювання позиції підприємства відносно конкурентів	Метод набору конкурентоспроможних елементів, індексний метод, ранговий метод, бенчмаркінг, бальний метод, радар конкурентоспроможності, чотирискладовий показник концентрації CR4.
Оцінювання конкурентоспроможності продукту	Інтегральний показник конкурентоспроможності товару, побудова профілю об’єкта, диференційований метод, на основі корисності продукції, метод самоаналізу, метод семантичного диференціалу.

Джерело: [55, с. 185]

Таким чином, у табл. 1.4 ми можемо спостерігати згруповані методи в залежності від етапу дослідження.

Так, до прикладу, розглянемо послідовність проведення аналізу та оцінки конкуренції із використанням 5 - факторної моделі Портера. Аналіз проводиться шляхом визначення 5 конкурентних сил:

1. Загроза появи нових конкурентів (new entrants). Наскільки легко або важко для нових учасників почати конкурувати, які існують бар'єри.

2. Загроза появи продуктів-замінників (substitutes). Наскільки просто замінити продукт або послугу, зокрема, здешевити.

3. Ринкова влада покупців (customers).

4. Ринкова влада постачальників (suppliers).

5. Рівень інтенсивності суперництва між існуючими гравцями (rivalry) [1].

Також, вважаємо, що ефективне управління конкурентоспроможністю повинно починатись із вивчення ситуації, для цього використовується метод SWOT аналіз. Він є одним з найпоширеніших методів оцінки середовища — це групування факторів середовища функціонування підприємства на зовнішні й внутрішні, їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства [2].

Одним із універсальних та найпоширеніших методів є графічний. Графічні методи використовують у побудові діаграм, графіків багатокутника

конкурентоспроможності або радіальної діаграми. Їхніми перевагами є простота та наочність.

Як бачимо, різноманітність методів ставить перед суб'єктом господарювання вибір найбільш оптимального, який би не тільки об'єктивно показав реалістичний стан речей, але й дав змогу спланувати подальшу діяльність, обрати найбільш впливові фактори конкурентоспроможності, сформувати правильну стратегію конкурентоспроможності, позбавлену суб'єктивізму.

РОЗДІЛ 2
ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНІСТЮ ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»

2.1. Система управління конкурентоспроможністю ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»

Товариство з додатковою відповідальністю «Хмельницькзалізобетон», створене відповідно до Господарського кодексу України [9], до Законів України «Про зовнішньоекономічну діяльність»[43], «Про інвестиційну діяльність»[44] шляхом об'єднання грошових та майнових вкладів учасників з метою отримання прибутку.

ТДВ «Хмельницькзалізобетон» засноване 31 березня 1994 року №128 шляхом перетворення державного підприємства «Хмельницького заводу залізобетонних і будівельних конструкцій» (створеного в 1956 році) у відкрите акціонерне товариство.

Товариство з додатковою відповідальністю «Хмельницькзалізобетон» створено шляхом перетворення (реорганізації) ВАТ «Хмельницькзалізобетон» згідно з рішенням установчих зборів від 16.09.2010 р. Місцезнаходження Товариства (юридична адреса): Україна, місто Хмельницький, вул. Чорновола, 31.

Головною метою діяльності товариства є отримання законного прибутку шляхом спільної виробничої і комерційної діяльності членів Товариства і задоволення потреб суспільства у послугах.

Відповідно до поставленої мети предметом діяльності ТДВ «Хмельницькзалізобетон» є:

- виробництво залізобетонних виробів, виробів з деревини, дверних полотен;
- електрозварювальні роботи; токарні, фрезерні роботи;

- ремонт, перемотування електродвигунів; виготовлення закладних деталей;
- транспортні послуги по доставці бетону та розчину, залізобетону; розпиловку деревини;
- спорядження деревини високоякісними фарбами та лаками;
- реалізація товарної арматури;
- реалізація стикованої арматури за зниженими цінами;
- реалізація сіток кладки, каркасів ростверок;
- випробувальна лабораторія: виконує випробування будівельних матеріалів, виробів та конструкцій на замовлення сторонніх організацій[30].

Керівником ТДВ «Хмельницькзалізобетон» є генеральний директор - Корбут Валерій Анатолійович.

Відповідно до Статуту підприємства (додаток А) в його обов`язки входить:

- визначати, формувати, планувати, здійснювати і координувати всі види діяльності підприємства; визначати напрями розвитку підприємства у формуванні цінової, кредитно-банківської, податкової та страхової політики, соціальної та зовнішньоекономічної діяльності; організовувати роботу і ефективну взаємодію виробничих одиниць, цехів та інших структурних підрозділів підприємства, направляти їх діяльність на досягнення високих темпів розвитку і удосконалення виробництва та продукції; направляти діяльність персоналу на досягнення високих економічних та фінансових результатів; організовувати виробничо-господарську діяльність підприємства на основі застосування методів обґрунтованого планування, нормативних матеріалів, фінансових і трудових витрат, широкого розповсюдження передового досвіду, а також максимальної мобілізації резервів виробництва шляхом досягнення високих техніко-економічних показників, підвищення технічного рівня і якості продукції, раціонального і економного витрачання всіх видів ресурсів; вирішує всі питання в межах наданих йому прав, доручає виконання окремих організаційно-

господарських функцій іншим посадовим особам: заступникам керівника, керівникам виробничих підрозділів підприємства.

Організаційна структура управління ТДВ «Хмельницькзалізобетон» побудована за лінійно-функціональним принципом (або змішаним). Лінійно-функціональна структура включає переваги лінійної та функціональної структур, представляє собою єдність розпорядництва та кваліфіковане здійснення функцій управління спеціальним апаратом підприємства. Для неї характерна ієрархічність управління. Представлені ланки управління у вигляді самостійних структурних підрозділів, що виконують визначені функції (відділ праці і заробітної плати, бухгалтерія) і лінійних керівників (начальник цеху, майстер) розподіляються за рівнями управління. Така структура дозволяє чітко розподіляти функції управління і тим самим забезпечити ефективне управління кожною ланкою управління.

Підприємство ТДВ «Хмельницькзалізобетон» належить до будівельної галузі промисловості збірних залізобетонних та бетонних (за винятком стінових матеріалів) конструкцій і виробів. Продукція ТДВ «Хмельницькзалізобетон» використовується для будівництва житлових будинків, промислових підприємств, індивідуальних будинків, шкіл, дитсадків тощо.

Основна продукція підприємства - це збірні залізобетонні та бетонні вироби для цивільного і промислового будівництва (плити, фундаменти, перемички, плити-огорожі балконів, опорні подушки, прогони, підвіконники, східчасті площадки, тротуарна плитка, бруківка), залізобетонні стояки для ліній електромереж, товарний бетон та розчини всіх марок, пінобетонні блоки, металопластикові вікна і дерев'яні двері за євростандартами, сухі будівельні суміші для зовнішніх і внутрішніх робіт, інші вироби з деревини (дошка підлоги, лиштва, плінтус, пороги, поручень) тощо.

ТДВ «Хмельницькзалізобетон» тримає курс на запровадження нових, прогресивних сучасних технологій, удосконалення управлінських та виробничих

процесів. Значним досягненням, у 2008 році, стало впровадження на підприємстві екструдерної технології виготовлення попередньо напружених плит перекриття за фінською технологією фірми ELEMATIC.

З кінця 2011 року, підприємство приступило до випуску багатопустотних плит перекриття висотою 320 мм та довжиною до 12580 мм. А у 2013р.-2014 р. на підприємстві запущено виготовлення попередньо-напружених паль та перемичок на новій лінії німецького виробництва «Weiller», та змонтовано додатковий екструдер для виробництва плит пустотного настилу шириною 1,2 м. і 1,5 м. У 2014 р. на «Хмельницькзалізобетон» власними силами було виготовлено та введено в експлуатацію установку для формування блоків стін підвалів. ТДВ «Хмельницькзалізобетон» не зупиняється на досягнутому, а діяльність підприємства спрямована на забезпечення максимальної якості продукції та задоволення потреб споживача.

У 2018 р. ТДВ «Хмельницькзалізобетон» стає офіційним партнером австрійської фірми DELTABLOC та представником по виробництву дорожніх огороджень в Україні - системи DELTABLOC ® - це сучасна система дорожніх обмежувачів, яка складається з конструктивних елементів з пластичного бетону і сприяють значному зменшенню наслідків аварій на автодорогах. Окрім цього було налагоджено виробництво елементів дорожнього будівництва - водовідвідних лотків, та бортів армованих. Також у цьому ж році ТДВ «Хмельницькзалізобетон» приступило до виготовлення садових стовпчиків [36]. Характеристику виробничих потужностей ТДВ «Хмельницькзалізобетон» наведено у табл. 2.1.

Отже, наведені дані свідчать про відповідність виробничої потужністі підприємства до його виробничих запитів. У своєму розпорядженні підприємство має три цехи, де рівномірно розділені навантаження та кожний із цехів відповідає за певний виробничий напрям.

Таблиця 2.1.Виробничі потужності ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Показники	Значення
Цех 1	
збірний залізобетон	88 тис.м^3
блоки СП	4,2 тис.м^3
борт, поребрик	1 тис.м^3
бруківка	3,7 тис.м^2
товарний бетон	90 тис.м3
Цех 2	
збірний залізобетон	69 тис.м^3
блоки СП	12 тис.м^3
товарний розчин	55 тис.м^2
товарний бетон	33 тис.м^3
Цех 3	
столярні вироби	3 тис.м^2
пиломатеріали	4 тис.м^3
струганий погонаж	600 тис.м/п

Джерело: побудовано автором за [36]

Товариство здійснює вільний вибір видів підприємницької діяльності, самостійно формує програми діяльності, вибирає постачальників та споживачів продукції робіт і послуг, встановлює ціни відповідно до чинного законодавства.

Основні фінансові показники діяльності ТДВ «Хмельницькзалізобетон» наведено у табл. 2.2.

Отже, наведені дані у табл. 2.2 свідчать про те, що чистий дохід від реалізації продукції ТДВ «Хмельницькзалізобетон» протягом 2018 – 2020 рр. спочатку зростає, а потім зменшується, і становить: у 2018 р. – 514001,0 тис. грн, у 2019 р.– 638863,0 тис грн. (зростання на 24,3%), у 2020 р. – 581386,0 тис грн. (зменшення на 9,0%), в той же час прямопропорційно відбулось спочатку зростання чистого прибутку на 79,3% з 2018 р. на 2019 р., а у 2020 р. зменшення з 71781,0 тис. грн. до 66829,0 тис. грн.

Таблиця 2.2 Основні фінансові показники діяльності ТДВ «Хмельницькзалізобетон» за 2018-2020 рр.

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	2018 р.	2019 р.		2020 р.	
				абсолютне значення	у % до попереднього року	абсолютне значення	у % до попереднього року
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	514001,0	638863,0	124,3	581386,0	91,0
2.	Середньоспискова чисельність:	осіб	468	465	99,4	453	97,4
	- працівників						
	- робітників		422	422	100,0	416	98,6
3.	Середньорічний виробіток	тис. грн.					
	- одного працівника		1098,3	1373,9	125,1	1283,4	93,4
	- одного робітника		1218,0	1513,9	124,3	1397,6	92,3
4.	Фонд оплати праці	тис. грн.	84171,0	100480,0	119,4	99343,0	98,9
5.	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн.	14987,7	18007,2	120,1	18275,0	101,5
6.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	413723,0	499150,0	120,6	447561,0	89,7
7.	Чистий прибуток (збиток) всього	тис. грн.	40038,0	71781,0	179,3	66829,0	93,1
8.	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн.	100278,0	139713,0	139,3	133825,0	95,8
9.	Рентабельність/ збитковість продукції, робіт, послуг,	%	24,2	28,0	-	27,9	-
10.	Рентабельність/ збитковість продажу	%	19,5	23,0	-	21,8	-
11.	Середньорічна вартість основних засобів (за залишковою вартістю)	тис. грн.	128643,0	127106,0	98,8	134640,0	105,9
12.	Фондовіддача	грн./грн.	4,0	5,0	125,8	4,3	85,9

Джерело: розраховано та систематизовано автором на основі фінансової звітності підприємства

Динаміка чистого доходу та чистого прибутку ТДВ «Хмельницькзалізобетон» за 2018-2020 рр. відображено на рис. 2.1.

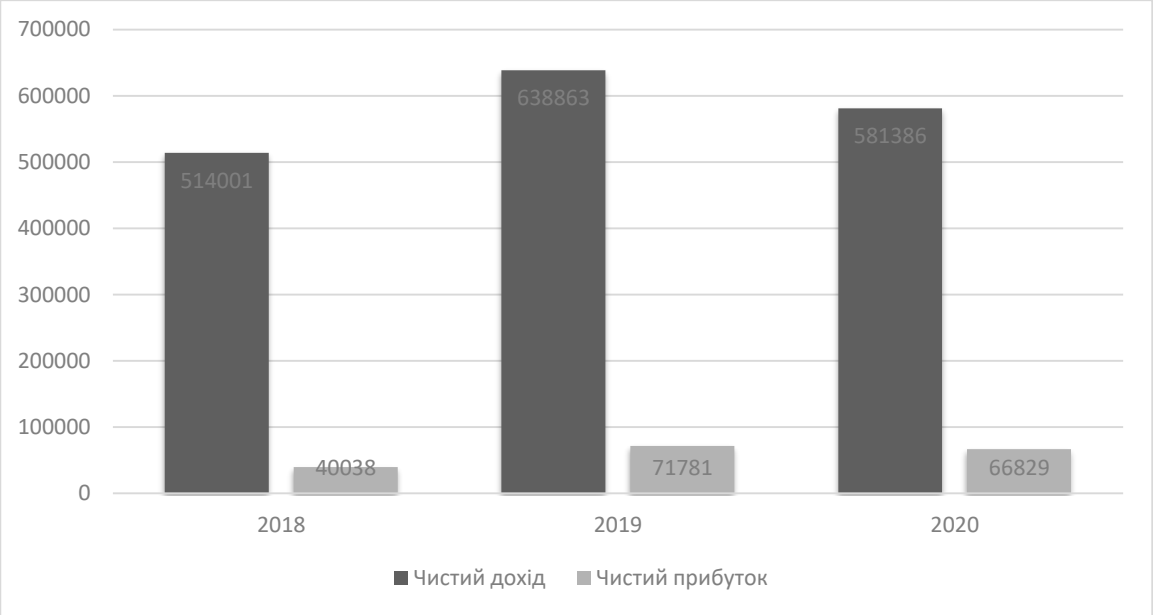


Рис. 2.1. – Динаміка чистого доходу та чистого прибутку ТДВ «Хмельницькзалізобетон» 2018-2020 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних табл. 2.1.

В цілому сердньоспискова кількість практично не змінилась, лише з 2019 р. на 2020 р. мала незначне зменшення, що пов’язане з виходом на пенсії та виїздом за кордон працівників. Відповідно середньорічний виробіток працівника також збільшувався протягом 2018 р. та 2019 р. , проте на 2020 р. цей показник незначно зменшився, що можна пов’язати з карантинними обмеженнями та тимчасовим закриттям підприємства.

Можна відзначити позитивний момент, не залежно від економічної кризи в країні, фонду оплати праці на підприємстві, він збільшувався, з 2018 року на 2019 рік на 119,4%, проте з 2019 року на 2020 рік фонд зменшився, що пов`язується із зменшенням працівників. Стосовно середньомісячної заробітної плати, то вона збільшувалась протягом усього аналізованого періоду.

Середньорічна вартість основних засобів з 2018 року на 2019 рік зменшилась і становить 98,8%, проте з 2019 р. на 2020 рік зазнала незначного збільшення на 5,9%. Стосовно фондовіддачі, то вона спочатку збільшилась на 125,8 %, але у 2020 р. вона зменшилась і становила 85,9%.

Рентабельність реалізованої продукції протягом всього періоду є позитивною, що в свою чергу посприяло зростанню чистого прибутку ТДВ «Хмельницькзалізобетон»: у 2018 році – 24,2%, у 2019 році – 28,0% (зростання на 3,8%), у цей показник дещо знизився, що пов'язано із втратою покупців, зменшення прибутків пов`язаних із світовою кризою 2020 році – 27,9%

Доцільним буде також здійснити аналіз динаміки обсягу та структури реалізації основних видів продукції на підприємстві (табл. 2.3.).

Таблиця 2. 3. Динаміка обсягу та структури реалізації основних видів продукції (послуг) на підприємстві за ТДВ «Хмельницькзалізобетон» 2018-2020 рр.

Назва продукції (послуг)	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення 2020р. від 2018р.	Відхилення 2020 р до 2018 р., %
	обсяг продукції, тис. грн.	питома вага, %	обсяг продукції, тис. грн.	питома вага, %	обсяг продукції, тис. грн..	питома вага, %	(+, –), тис. грн.	%
Залізобетонні вироби	3874	1,3	3900	1,2	4143	1,1	269	106,9
Столярні вироби	2176	0,8	2538,9	0,8	2901,6	0,8	725,6	133,3
Бетони та розчини	281,5	0,1	310,2	0,09	350,4	0,09	68,9	124,5
Нерухомість грн/м2	3800	1,3	4200	1,3	4700	1,2	900	123,7
Автотранспорт	270000,0	93,1	310000	92,3	350000	92,6	80000,0	129,6
Індивідуальні замовлення	10000	3,5	15000	4,5	16000	4,2	6000	160,0
Всього	290131,5	100,0	335949,10	100,0	378095,00	100,0	87963,50	130,3

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проаналізувавши у табл. 2.3 структуру реалізації основних видів продукції (послуг) на підприємстві за ТДВ «Хмельницькзалізобетон», можна зробити висновки про те, що протягом усього періоду найбільшу питому вагу в структурі займає автотранспорт, на другому місці – індивідуальні замовлення. В загальному прослідковується збільшення виручки від реалізації продукції протягом 2018 р. – 2020 р. на 87963,5 тис. грн., а у відсотковому співвідношенні це 130,3%.

Щоб сьогодні отримати конкурентоспроможне підприємство керівництву потрібно не просто модернізувати організацію і управління, але, і чітко знати, для чого це робиться, яка мета повинна бути досягнута. Головне при цьому – уміння визначити і швидко, ефективно використати в конкурентній боротьбі свої переваги.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення цінових та якісних характеристик продукції, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення умов продажу та післягарантійного обслуговування, реклами. Однак особливого значення набуває процес управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах кризових явищ в економіці [51, с.280].

Впровадження системи забезпечення конкурентоспроможності дозволяє: визначити пріоритети і збалансувати цілі операційної, інвестиційної, фінансової, маркетингової стратегій підприємства; системно вирішувати завдання розробки і оптимізації виробничої, інвестиційної і фінансової політики; ефективно використати матеріальні, фінансові і людські ресурси; і, у підсумку, забезпечити конкурентоздатність підприємства.

Управління конкурентоспроможністю забезпечується взаємодією керуючої та керованої системи. Керуюча система (суб'єкт) – це сукупність органів управління й управлінських працівників з певними масштабами своєї діяльності, компетенцією та специфікою виконуючих функцій. Вона може змінюватись під впливом організуючих і дезорганізуючих факторів. Керуюча система

представлена лінійними керівниками, які розробляють комплекс економічних й організаційних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності..

Керована система (об'єкт) – це система соціально-економічних відносин з приводу процесів та заходів, які потрібно відтворювати для забезпечення конкурентоспроможності. Управління конкурентоспроможністю включає в себе усі складові в загальному системи організації праці на підприємстві, де здійснюються заходи спрямовані на підвищення підприємства на ринку праці. Основними напрямами є набір кваліфікованого персоналу, який має займатися питанням конкурентоспроможності, його професійне навчання і розвиток, контроль підрозділів і керівників за ними.

Отже, керуючою системою для управління персоналом Товариства виступає директор ТДВ «Хмельницькзалізобетон», директор технічний, директор комерційний, директор з питань фінансів та економіки, а також начальник відділу збуту, що проводить оцінку наявного стану підприємства на ринку, забезпечує ефективний збут продукції, що призвдить до збільшення попиту на продукцію, що в свою чергу підіймає рівень підприємства серед споживачів. Крім того, частина повноважень щодо управління конкурентоспроможністю передається відповідним лінійним керівникам (начальникам цехів, керівникам функціональних служб).

Загальні функції щодо управління конкурентоспроможністю належать відділу збуту, що знаходиться у безпосередньому підпорядкуванні директора ТДВ «Хмельницькзалізобетон».

На рис. 2.2 наведемо організаційно-функціональну структуру управління відділу збуту ТДВ «Хмельницькзалізобетон».

Відділ збуту є самостійним структурним підрозділом ТДВ «Хмельницькзалізобетон» і підпорядкований безпосередньо директору. Його очолює старший інспектор відділу кадрів, який призначається або звільняється з посади директором. В своїй діяльності відділ збуту керується Законами і законодавчими актами України, Статутом

ТДВ «Хмельницькзалізобетон», наказами та розпорядженнями директора підприємства [36].

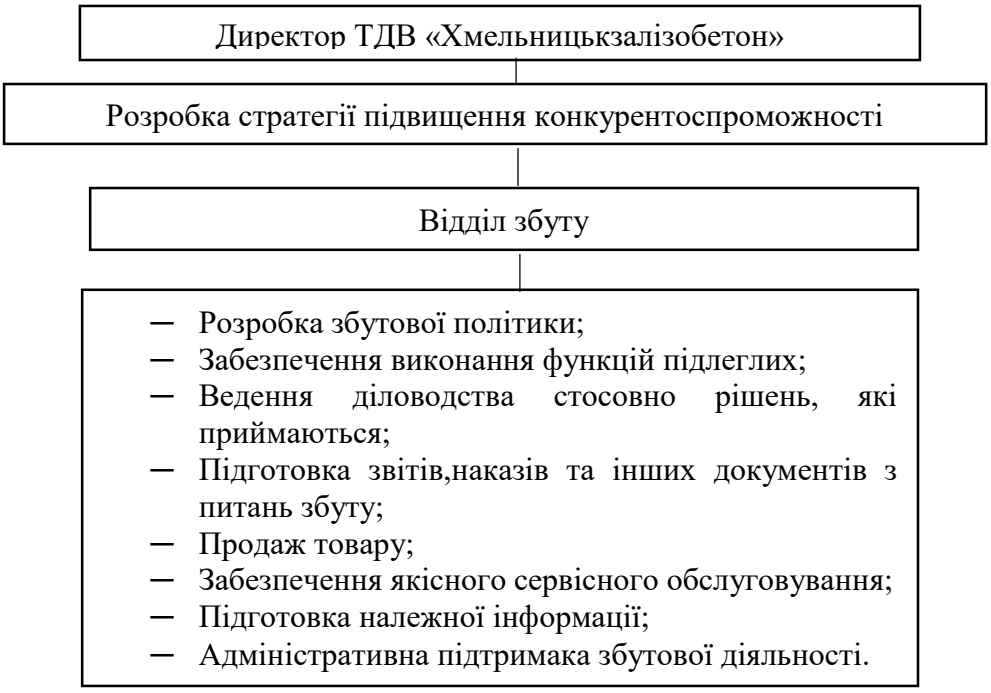


Рис. 2.2– Організаційно-функціональна структура відділу збуту ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Джерело: розроблено автором на основі даних ТДВ «Хмельницькзалізобетон

Основними завданнями відділу збуту є:

- забезпечення реалізації продукції підприємства;
- контроль за виконанням завдань і зобов'язань з постачання продукції і товарів відповідно до укладених договорів і замовлень зовнішньоторгівельних організацій;
- раціоналізація роботи збутової служби підприємства, зниження затрат на збут продукції;

- організація торгових представництв холдингу у великих населених пунктах області з метою оптимізації продажів на локальних ринках продукції підприємства і супутніх товарів;
- створення товарного запасу на оптових складах у регіоні, з метою зменшення тимчасових і товарно-транспортних витрат підприємства на доставку продукції в регіон;
- одержання зворотного зв'язку від покупців - кінцевих споживачів продукції;
- здійснення раціональної організації збуту продукції підприємства, її постачання споживачам у встановлений термін і в обсягах зазначених у заявках, і відповідно до укладених договорів;
- застосування розроблених стратегій щодо конкурентоспроможності;
- відсідковування на ринку конкуренів підприємства;
- вивчення ринку з питань оптимізації асортиментного ряду підприємства.

До функцій відділу збуту ТДВ «Хмельницькзалізобетон» входять: орієнтація на кількісні методи оцінки, контролю та оперативного управління конкурентоспроможності підприємства; застосування в системі уравління конкурентоспроможністю стратегічного маркетингу; здійснення заохочувальних заходів для підвищення попиту на продукцію серед споживачів; вивчення перспективного і поточного попиту на продукцію підприємства і вимог до її якості та організація реклми; участь у панування асортименту продукції, що випускається; оформлення договорів на збут готової продукції; розробка планів реалізації готвої продукції, графіків її відвантаження споживачам відповідно до укладених договорів; організація прийому та збереження й упакування готової продукції та її відвантаження відповідно; контроль і облік за виконанням завдань підлеглих; організація розгляду претензій замовників на поставлену продукцію; організація роботи складів, де зберігаються запаси підприємства; розробка та реалізація заходів для зниження витрат пов’язаних із технологічним забезпеченням продажів, формування системи економічного стимулювання збуту;

навчання персоналу, забезпечення кадрового резерву; забезпечення діяльності маркетингових стратегій.

Отже, аналіз функцій, що покладені на відділ збуту у ТДВ «Хмельницькзалізобетон» показав, що дана система управління більше зосереджується на збутовій діяльності ніж на конкурентоспроможності. Хоча усі показники збуту і є частиною конкурентоспроможності, але запровадження маркетингових стратегій не є достатньою. Тому, бачимо, що у підприємства відсутній маркетинговий відділ, що дещо ускладнює процес управління. Відповідно до цього, керівництву необхідно розробити ряд заходів, які будуть спрямовуватись на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виявленими проблемами у ТДВ «Хмельницькзалізобетон» є:

- не закріплення за окремими особами завдань щодо впровадження маркетингових стратегій;
- відсутність маркетингового відділу або осіб, які відповідають за рекламу;
- недостатня увагу приділяється управлінню процесами конкурентоспроможності та її підвищенні.

Проведений аналіз управління конкурентоспроможністю ТДВ «Хмельницькзалізобетону» показав, що на працівників відділу збуту покладено досить багато завдань, з якими вони успішно справляються. Але є і свої недоліки щодо незосередженості осіб на саме підвищенні конкурентоспроможності. ТДВ «Хмельницькзалізобетон» має достатньо багато сильних можливостей, які ще не були реалізовані у процесі комерційної та виробничої діяльності. Так, є досить великі резерви, що не використовуються у сфері маркетингу та просування продукції. Одними із яких - ефективна цінова політика підприємства. Вміло керуючи стратегією ціноутворення і застосуванням системи знижок, навіть при середній якості продукції, підприємство може досягти гарних результатів - збільшення попиту на продукцію, а також підняти свій імідж серед споживачів.

Отже, провівши аналіз основних фінансово-економічних показників, ми визначили, що ТДВ «Хмельницькзалізобетон» - сучасне підприємство, яке належить до будівельної галузі промисловості, веде успішну господарську діяльність, отримує прибуток від своєї діяльності та тримає курс на ведення інноваційної діяльності. Продукція характеризується хорошою якістю, проте протягом досліджуваного періоду знижується рентабельність, що пов`язано із загальносвітовою кризою викликаною пандемією COVID-19.

На підприємстві на задовільному рівні сформована система управління конкурентоспроможністю, однак було виявлено, що підприємство не має чіткої маркетингової стратегії та взагалі не проводить маркетингові заходи.

2.2. Оцінка складових управління конкурентоспроможністю підприємства

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю виробничого підприємства має враховувати всі чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Чепурний І. П. вважає, що чинниками впливу на конкурентоспроможність підприємства є: показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом, такі, що відображають ефективність управління оборотними засобами; такі, що дозволяють одержати уявлення про ефективне управління збутом і просування товару; показники кадрової забезпеченості [41, с. 211].

Тому, аналіз значної кількості показників, які характеризують ефективність управління виробничими процесами та кадрами дасть змогу побачити стан чинників впливу на конкурентноспроможність ТДВ «Хмельницькзалізобетон». Для початку проведемо аналіз показників використання основних засобів (табл. 2.4.)

Таблиця 2.4 Аналіз показників ефективності використання основних засобів ТДВ «Хмельницькзалізобетон» 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки			Відхилення	
	2018	2019	2020	абсолютне	відносне
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	128643,0	127106,0	134640,0	5997,0	104,7
Середньорічна вартість виробничого обладнання, тис.грн.	93287,0	95218,0	97518,0	4231,0	104,5
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	490	498	453	-37	92,4
Валовий прибуток, тис. грн.	100278	139713	133825	33547	133,5
Фондовіддача, грн.	4,72	4,99	4,3	-0,42	91,1
Фондомісткість, грн.	0,21	0,2	0,21	-	100
Фондоозброєність, грн.	1048,98	1282,86	1118,27	69,29	106,6
Технічна озброєність, грн.	752,31	715,93	712,6	-39,71	94,7
Рентабельність/збитковість основних засобів,%	0,17	0,22	0,19	0,02	-
Коефіцієнт зносу	0,37	0,29	0,33	-0,04	-
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,63	0,71	0,66	0,03	-

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Отже, відповідно до табл. 2.4. можна зробити такі висновки:

- середньорічна вартість основних засобів протягом досліджуваного періоду збільшилась на 4,7%, це означає, що засоби праці, які беруть участь у процесі виробництва протягом 2018-2020 рр. виробили 5997,0 тис. грн. вартості виготовлонеї продукції. Середньорічна вартість виробничого обладнання також зросла, показник збільшився на 4,5%;

- показник фондовіддачі свідчить про те, чи підприємство ефективно використовує основні засоби, протягом 2018-2020 рр. даний показник незначно

зменшився на 0,42 грн. у абсолютному відхилені, що показує нам зменшення ефективності використання основних виробничих засобів.

- показник фондовіддачі свідчить про те, чи підприємство ефективно використовує основні засоби, протягом 2018-2020 рр. даний показник незначно зменшився на 0,42 грн. у абсолютному відхилені, отриманого від реалізації продукції, що припадає на 1 гривню вкладену у основні фонди, що використовуються для виробництва цієї продукції зменшилась. В той же час, показник фондомісткості залишився незмінним, а фондоозброєність збільшилась на 6,6%. Забезпеченність основними засобами та їх використання демонструє показник технічної озброєності, протягом аналізованого періоду цей показник зменшився на 39,71 тис. грн., що показує нам зменшення ефективності використання основних виробничих заходів;

- показник рентабельності основних засобів показує, що дохідність від використання основних засобів у процесі виробництва збільшилася на 0,02%. В той же час ми бачимо, що коефіцієнт зносу зменшився, що є позитивним моментом, проте, це зменшення пов’язано із меншим використанням основних засобів та простоюванням виробництва через пандемію та карантин, що також мало вплив на збільшення коефіцієнта придатності основних засобів на 0,03%.

Надалі проведемо аналіз динаміки показників ефективності використання оборотних активів ТДВ «Хмельницькзалізобетон»(табл.2.5).

Згідно даних табл. 2.5 можна стверджувати, що підприємство, щоб залишатись конкурентспроможним на ринку і виробляти гідну продукцію, збільшило кількість оборотніх активів на 0,69 тис. грн., що в свою чергу дало можливість збільшити чистий дохід підприємства, у відносному значенні - збільшення середньорічної вартості оборотних засобів відбулось на 204,4%, в свою чергу прямопропорційно ми спостерігаємо збільшення коефіцієнту оборотності оборотних активів на 0,69 %. Проте, період обороту цих активів зменшився, так само як і прибуток на 1 грн матеріальних витрат.

Таблиця 2.5. Динаміка показників ефективності використання оборотних активів ТДВ «Хмельницькзалізобетон» 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки			Відхилення	
	2018	2019	2020	абсолютне	відносне
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, тис.грн.	514001,0	638863,0	581386,0	67385	113,1
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	106406	129434	217492,0	111086	204,4
Матеріальні витрати, тис. грн.	333 962	428 186	365672	31710	109,5
Валовий прибуток, тис. грн.	100278	139713	133825	33547	133,5
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,98	3,03	2,67	0,69	134,8
Рентабельність/збитковість основних засобів,%	0,17	0,22	0,19	0,02	111,8
Період обороту оборотних активів, днів	181,82	118,81	136,70	-45,12	75,2
Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат, грн.	1,15	1,49	0,76	-0,39	66,1
Матеріаловіддача, грн/грн	1,54	1,49	1,59	0,05	103,2

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Так як, для забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку підприємство збільшило витрати на 9,5%, саме тому доцільним є здійснити аналіз структури та динаміки витрат за економічними елементами (табл. 2.6.)

Згідно показників зазначених у таблиці 2.6, матеріальні витрати протягом аналізованого періоду збільшилися на 9,5% і становлять у 2020 році 72,26% всіх витрат; витрати на оплату праці зросли на 18,0% і становили у 2020 році 19,63% операційних витрат, відрахування на соціальні заходи зросли на 15,3%, а їх частка становить 3,82% у 2020 році операційних витрат, амортизація становила 2,85%

операційних витрат і зросла на 31,9%, навпроти інші витрати зменшилися на на 2420 тис. грн. і становили всього 1,44% від усіх операційних витрат.

Таблиця 2.6. Динаміка та структура витрат за економічними елементами ТДВ «Хмельницькзалізобетон» 2018 – 2020 рр.

Елементи витрат на виробництво	2018р.		2019р.		2020р.		Відхилення 2019 р. від 2016р., (+/-)	
	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. ваги, %
Матеріальні витрати	333962	73,31	428186	75,23	365672	72,26	31710	109,5
Витрати на оплату праці	84171	18,48	100480	17,65	99343	19,63	15172	118,0
Відрахування на соціальні заходи	16778	3,68	19738	3,47	19348	3,82	2570	115,3
Амортизація	10948	2,4	12895	2,27	14438	2,85	3490	131,9
Інші витрати	9702	2,13	7862	1,38	7282	1,44	-2420	75,1
Разом	455561	100,00	569161	100,00	506083	100,00	50522	111,09

Джерело: побудовано автором за даними Звіту про фінансові результати (Сукупний дохід)

Послідовно розглянемо ключові елементи системи управління персоналом ТДВ «Хмельницькзалізобетон», адже щоб «бути на плаву» підприємство повинно бути забезпечене професійними кадрами. Саме тому, доречно провести аналіз динаміки кадрового забезпечення та руху робочої сили на ТДВ «Хмельницькзалізобетон» за 2018-2020 рр. (табл. 2.7. та 2.8.)

Із табл. 2.7. можемо побачити, що чисельність персоналу у 2020 році зменшилась на 15 осіб, серед них стало менше на 9 осіб службовців, виробничого персоналу на 2 особи та на 1особу допоміжного робітника, в той же час збільшилась кількість керівників на 3 особи та основних робітників на 4 особи.

Таблиця 2.7.Динаміка кадрового забезпечення та використання персоналу ТДВ «Хмельницьказалізобетон» 2018 – 2020 рр.

Категорії персоналу	2018р.	2019р.	2020р.	Відхилення 2020-2018 рр.	
				абсолютне	відносне
1	2	3	4	5	6
Чисельність персоналу, всього, осіб. з них:	468	465	453	-15	96,8
− керівники	17	21	20	3	117,6
− спеціалісти	63	63	63	0	100,0
− службовці	78	74	69	-9	88,5
− виробничий персонал, усього з них:	332	340	330	-2	99,4
− основні робітники	291	298	295	4	101,4
− допоміжні робітники	41	42	40	-1	97,6

Джерело: побудовано автором за даними звітності підприємства

Рух робочої сили на підприємстві розглянуто у табл. 2.8.

Таблиця 2.8. Дані про рух робочої сили на ТДВ «Хмельницьказалізобетон» у 2018 – 2020 рр.

Показники	2018р.	2019р.	2020.	Відхилення (+/-) 2020-2018 р.р.
1	2	3	4	5
Прийнято працівників, осіб	25	50	28	3
Вибуло працівників, всього, осіб	79	44	40	-39
з них				
- за власним бажанням	-	-	10	-
- з причин скорочення штатів	14	2	18	4
- за порушення трудової дисципліни	65	42	8	-57
Коефіцієнт обороту по прийому	0,06	0,16	0,06	0
Коефіцієнт обороту по вивільненню	0,27	0,2	0,1	-0,17
Коефіцієнт плинності кадрів	0,17	0,11	0,4	0,23

Джерело: побудовано автором за даними звітності підприємства

Відповідно до табл. 2.8. у 2020 році було прийнято 28 осіб на роботу, в той же час вибуло 40 осіб. Коефіцієнт обороту по прийому залишився незмінним 0,06,

в той же час коефіцієнт вивільнення персоналу зменшився до 0,1, що є позитивним фактором, загальний коефіцієнт плинності кадрів дорівнює 0,4, він зріс і це є негативним явищем, так як на підприємстві не затримуються професійні кадри.

Отже, можна побачити, що на конкурентоспроможність виробничого підприємства значним чином впливають показники ефективності управління підприємством, а також трудові ресурси. Так як правильне та ефективне управління цими показниками забезпечує левову частку сильної конкурентної спроможності підприємства на ринку.

Для підприємства ефективне управління конкурентоспроможністю продукції – це необхідний дієвий інструмент її оцінювання.

Метою управління конкурентоспроможністю на ТДВ «Хмельницькзалізобетон» є забезпечення довгострокового успіху та сталого функціонування підприємства за будь-яких соціальних, політичних та економічних змін в зовнішньому середовищі.

Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей промисловості в будь-якій індустріально-розвиненій країні, тому доцільно проаналізувати найбільш важливі сильні та слабкі сторони. Можливості та загрози розвитку будівельного комплексу притаманні більшості підприємств даної галузі, саме тому недооцінка чи переоцінка учасників ринку може призвести до негативних явищ [37, с. 7].

Продукція ТДВ «Хмельницькзалізобетон» орієнтовна на всі галузі будівництва, саме тому ринок її направлений на місця, де розвивається будівництво, також важливим фактором є географічне положення та логістика, тому межі ринку реалізації продукції орієнтовані саме в центральній та західній Україні, а саме – Хмельницькій, Київській, Закарпатській, Івано-Франківській, Тернопільській, Вінницькій, Рівненській та Львівській областях.

ТДВ «Хмельницькзалізобетон» має на ринку своїх постійних як клієнтів, так і конкурентів. Клієнтами підприємства є в основному приватні фірми, які роблять оптові замовлення і, зазвичай, вони є постійними покупцями.

Світ не стоїть на місці і інтенсивно урбанізується та розбудовується, тому будівельна галузь у світі має багато гравців і український ринок не виключення.

Основним видом продукції досліджуваного підприємства є бетон товарний – 56%, збірний бетон – 28%, блоки – 5%, розчини – 3% та інше різне - 8%.

Основними конкурентами ТДВ «Хмельницькзалізобетон» на ринку залізобетонних виробів є:

- Завод «Бетон від Ковальської»;
- «Житомирагробудіндустрія»;
- ТДВ «Івано-Франківськзалізобетон»;
- «Поділля –залізобетон».

Одним з найважливіших факторів впливу на території України і світу – це дія великої кількості підприємств по виготовленню залізобетонних виробів і конструкцій, саме тому в контексті дослідження конкурентоспроможності важливим є аналіз особливостей формування і реалізації цінової політики підприємства (табл. 2.9).

Отже, відповідно до аналізу табл. 2.9. в числі основних конкурентів ТДВ «Хмельницькзалізобетон» на ринку збірного залізобетону України можна назвати наступні підприємства: в м. Київ – Завод «Бетон від Ковальської» та в м. Житомир - «Житомирагробудіндустрія», ТДВ «Івано-Франківськзалізобетон», «Поділля - залізобетон», порівнявши ціну на один з основних товарів ТДВ «Хмельницькзалізобетон» - плиту перекриття, з основними конкурентами Завод - «Бетон від Ковальської» та «Житомирагробудіндустрія», ТДВ «Івано-Франківськзалізобетон», ми можемо побачити, що на досліджуваному підприємстві ціна за метр кубічний менша від виробника «Житомирагробудіндустрія» на 104,5 грн, а від виробника Завод - «Бетон від

Ковальської» менше на 250 грн., хоча ціна на ТДВ «Хмельницькзалізобетон» нижча, проте, якість товару - на рівні з конкурентами.

Таблиця 2.9. Особливості формування і реалізації цінової політики ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Основні аспекти процесу формування цінової політики	Характеристика
Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення	Інтернет ресурси
Основні фактори ціноутворення	Ціна на сировину, вартість доставки сировини, фонд оплати праці, рівень інфляції та ринкова ціна на той чи інший товар, політика держави
Порівняння цін конкурентів* за основними видом продукції: - плита перекриття	-плита перекриття виробника ТДВ «Хмельницькзалізобетон» **1 645,50 грн. за м. куб.** - плита перекриття виробника Завод - «Бетон від Ковальської» **1 895,50 грн. за м. куб.** -плита перекриття виробника «Житомирагробудіндустрія» **1,791.00 грн. за м. куб** - -плита перекриття виробника ТДВ «Івано-Франківськзалізобетон» **1880,50 за м. куб**; -плита перекриття виробника «Поділля -залізобетон» **1595,89 за м. куб**.
Метод ціноутворення	Метод витратного ціноутворення
Система знижок	Система знижок діє на постійних клієнтів, з індивідуальними умовами в кожного окремо

Джерело: складено автором за [25], [26]

«Поділля -залізобетон» має ціну на плиту перекриття нижчу, ніж у ТДВ «Хмельницькзалізобетон», що є одним із основних цінових конкурентів, так як є сегмент споживачів, яким важливіша - низька ціна, ніж якість.

Основними факторами, що впливають на ціну ТДВ «Хмельницькзалізобетон» є зовнішній вплив, а саме вартість сировини, рівень інфляції та політики держави, тобто ціна на товар формується методом витратного ціноутворення, тобто - це ціноутворення, при якому в основу формування ціни закладають витрати виробництва та обігу.

Загалом, запаси сировини та матеріалів забезпечують будь-якому підприємству гнучкість у політиці закупівель. Без цих запасів йому довелося б

працювати, терміново закуповуючи все, що необхідно для підтримки графіка виробництва. Затримки в поставках чи неефективна політика запасів викликала б затримку виробництва, втрату покупців і як наслідок зниження прибутків і конкурентоспроможності, саме тому доцільним є розглянути організацію матеріально-технічного забезпечення на прикладі основного виду сировини – бетону (табл. 2.10.).

Таблиця 2.10. Організація матеріально-технічного забезпечення (бетону) ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Основні аспекти організації МТЗ	Характеристика
Середній інтервал між двома поставками, днів	5
Величина партії замовлення, в нат. показниках	від 1 тонни
Форма постачання	Вантажні автомобільні перевезення
Діюча система управління запасами	Система зі встановленою періодичністю поповнення запасів до визначеного рівня
Організація внутрішньовиробничого складського господарства. Способи розміщення матеріалів	Сортове розміщення
Особливості умов зберігання сировини	Бетон вимагає спеціальної упаковки і температурного та вологісного режиму зберігання на складах, що не допускають втрату своїх властивостей

Джерело:складено автором

Отже, провівши аналіз організації матеріально-технічного забезпечення на ТДВ «Хмельницькзалізобетон» у табл. 2.10., можемо відзначити, що основний вид сировини – бетон, постачається з періодичністю раз в п’ять днів, поставка здійснюється від 1 тони вантажними перевезеннями. Розміщення матеріалів відбувається сортовим способом, який передбачає закріплення за кожним видом матеріалів постійного, певного місця його зберігання. На підприємстві діє система зі встановленою періодичністю поповнення запасів до визначеного рівня, що є не зовсім ефективною, так як тривалість перебування МТЗ у запасах у декілька разів перевищує період їх перебування, що в свою чергу сприяє збільшенню матеріальних витрат, та знижує чистий прибуток.

Доцільним буде здійснити порівняльний аналіз основних конкурентів на ринку залізобетонних виробів на основі одного із найвагоміших показників – річного обсягу реалізації продукції рис. 2.3.

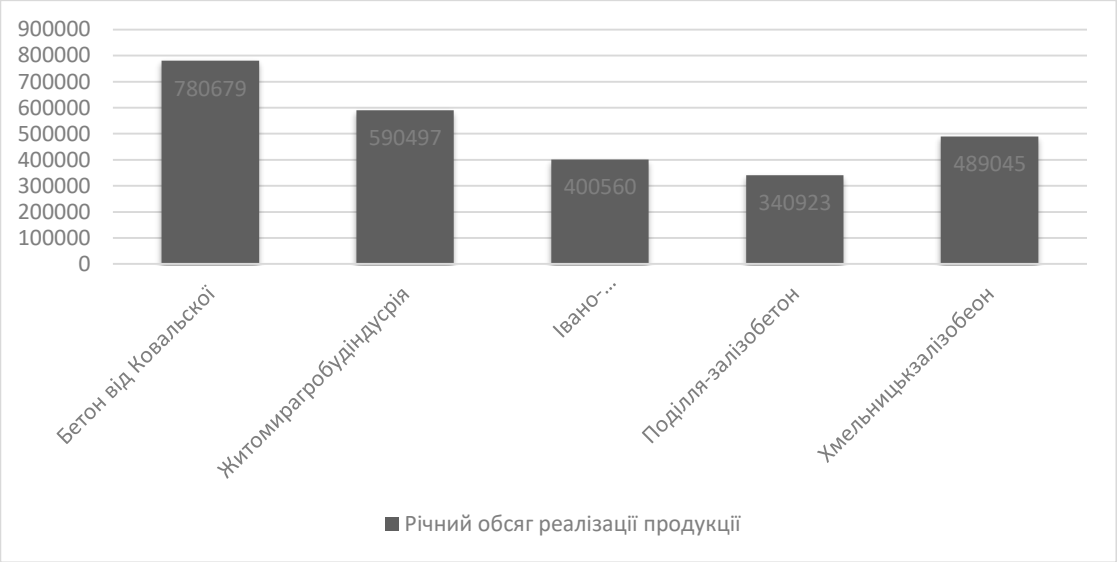


Рис. 2.3 – Порівняльний аналіз основних конкурентів ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2020 р.

Джерело: складено автором на основі [32], [33], [34], [35].

Отже, аналіз основних конкурентів ТДВ «Хмельницькзалізобетон» ми здійснювали на основі порівняння річного обсягу продажу. З аналізу, можемо побачити, що лідируючу позицію на ринку залізобетонних виробів займає Завод «Бетон від Ковальської» у місті Київ з результатом у 780 679 тис. грн., друге місце посідає «Житомирагробудіндустрія» з обсягом реалізації 590 497 тис. грн., як було зазначено у табл. 2.9. Саме ці підприємства мають вищу ціну в порівняні із ТДВ «Хмельницькзалізобетон», що є одним із факторів переваги грошового обсягу продажу. Товариство в цьому рейтингу посідає третє місце, що говорить про його конкурентоспроможність, і, не зважаючи на оптимальні ціни, має якісну продукцію та користується попитом на ринку залізобетонних матеріалів.

Для оцінки ефективності управління конкурентоспроможністю ТДВ «Хмельницькзалізобетон» на ринку залізобетоних виробів використаємо

розширену концепцію суперництва за М. Портером, що здійснюється експертним шляхом на основі моделі «п`яти сил» [41, с.174]. Ця модель дозволяє проаналізувати рівень конкуренції в конкретній галузі та тиск різних факторів на підприємство (табл. 2.11).

Таблиця 2.11. Оцінка конкурентного середовища ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Конкурентні сили	Стан фактору	Бали		
Проникнення нових конкурентів		1	2	3
	рівень фінансових інвестицій		+	
	низький ступінь диференціації продукції	+		
	необхідність залучення постійних покупців		+	
	Відсутність активної маркетингової стратегії			+
	Низька інноваційна активність			+
Середнє значення 2,2				
Продукти замінники	Перевага продукції з нижчою ціною			+
	Поява продуктів-замінників			+
	Тенденція до реалізації менш якісних та дешевих товарів		+	
	Відсутність суттєвих розбіжностей в асортименті прямих конкурентів	+		
Середнє значення 2,3				
Покупці	Мінливість смаків і вподобань	+		
	Вибір товарів-аналогів		+	
	Влив реклами, зростання рівня інформації про товар			+
Середнє значення 2				
Постачальники	Тенденція до скорочення тривалості зав’язків	+		
	Відсутність власних оборотних коштів		+	
	Нестача складських приміщень	+		
Середнє значення 1,3				
Наявні на ринку підприємства	Сильними конкурентами є невеликі ринки		+	
	Вдале місце розташування		+	
	Відсутність дослідження конкурентів		+	
	Досліджуванні конкуренти не мають сильних переваг	+		
Середнє значення 1,8				

Джерело: складено автором

Для оцінки впливу окремих факторів конкурентного середовища ми використали 3-ох бальну шкалу: 1 бал – слабкий вплив; 2 бали – помірний; 3 бали – сильний вплив [41, с. 178].

Отже, провівши аналіз конкурентного середовища експертним шляхом на основі моделі «п`яти сил», визначили загальний підсумковий бал 9,6, що свідчить про високий рівень внутрішньогалузевої конкуренції ринку залізобетонних матеріалів. Тобто, відповідно до даної моделі підприємству необхідно шукати нові сегменти ринку, на яких меньший рівень конкуренції або відшуковувати нові інноваційні методи та нововведення, щоб зробити продукцію унікальною, тримати марку якості - задля утримання постійних клієнтів, розвивати маркетингову стратегію - для залучення нових покупців.

Проаналізуємо найбільших конкурентів у цій галузі ТДВ «Хмельницькзалізобетону» за допомогою графічного методу «радарів» (табл. 2.12).

Таблиця 2.12. Вхідні дані для оцінки конкурентоспроможності методом «радару»

Фактори конкуренто-спроможності продукції	Підприємства					Значущість фактору
	Бетон від Ковальської	Житомир-будіндустрія	Хмельницьк-залізобетон	Івано-Франківськ залізобетон	Поділля-залізобетон	
Якість продукції	7	5	7	4	6	0.22
Цінова політика	6	6	7	7	6	0,16
Фінансовий стан	9	8	6	6	4	0,13
Виробничий потенціал	5	7	7	4	6	0,14
Методи руху	6	5	5	5	4	0,18
Можливості збуту	9	9	5	7	6	0,17
Сума	42	40	37	33	32	1

Джерело: розроблено автором на основі [32], [33], [34], [35]

Підприємству, яке має найбільший рівень конкурентоспроможності, буде відповідати багатокутник з максимальною площею. Обчислимо площу кожного багатокутника для кожного підприємства.

Площа багатокутника для «Бетон від Ковальської»:

$$S = \frac{1}{2} * 7 * 6 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 7 * 9 * 0.866 + \frac{1}{2} * 9 * 5 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 9 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 9 * 7 * 0{,}866 = 128{,}6$$

Площа багатокутника для Житомирбудіндустрія:

$$S = \frac{1}{2} * 5 * 6 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 8 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 7 * 5 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 5 * 9 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 9 * 5 * 0{,}866 = 112{,}16$$

Площа багатокутника для Хмельницькзалізобетон:

$$S = \frac{1}{2} * 7 * 7 * 0.866 + \frac{1}{2} * 7 * 6 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 7 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 7 * 5 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 5 * 5 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 5 * 7 * 0{,}866 = 98{,}75$$

Площа багатокутника для Івано-Франківськзалізобетон:

$$S = \frac{1}{2} * 4 * 7 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 7 * 6 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 66 * 4 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 4 * 5 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 5 * 7 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 7 * 4 * 0{,}866 = 76{,}61$$

Площа багатокутника для Поділля – залізобетон:

$$S = \frac{1}{2} * 6 * 6 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 4 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 4 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 4 * 0{,}866 + \frac{1}{2} * 6 * 6 * 0{,}866 = 72{,}74$$

Результати розрахунків відобразимо графічно (рис. 2.4.).

Отже,під час проведення аналізу конкурентоспроможності продукції методом радару ми виявили, що на найвищому рівні перебуває «Бетон від Ковальської». Під час розрахунків ми побачили, що воно має найбільшу площу. «Бетон від Ковальської» лідирує над іншими по таких фінансових показниках як фінансовий стан та можливості збуту, на що впливає їх географічне положення та

кількість надходжень. Проте, «Житомирбудіндустрія» також не втрачає своїх лідируючих позицій, адже знаходиться на досить високому рівні.

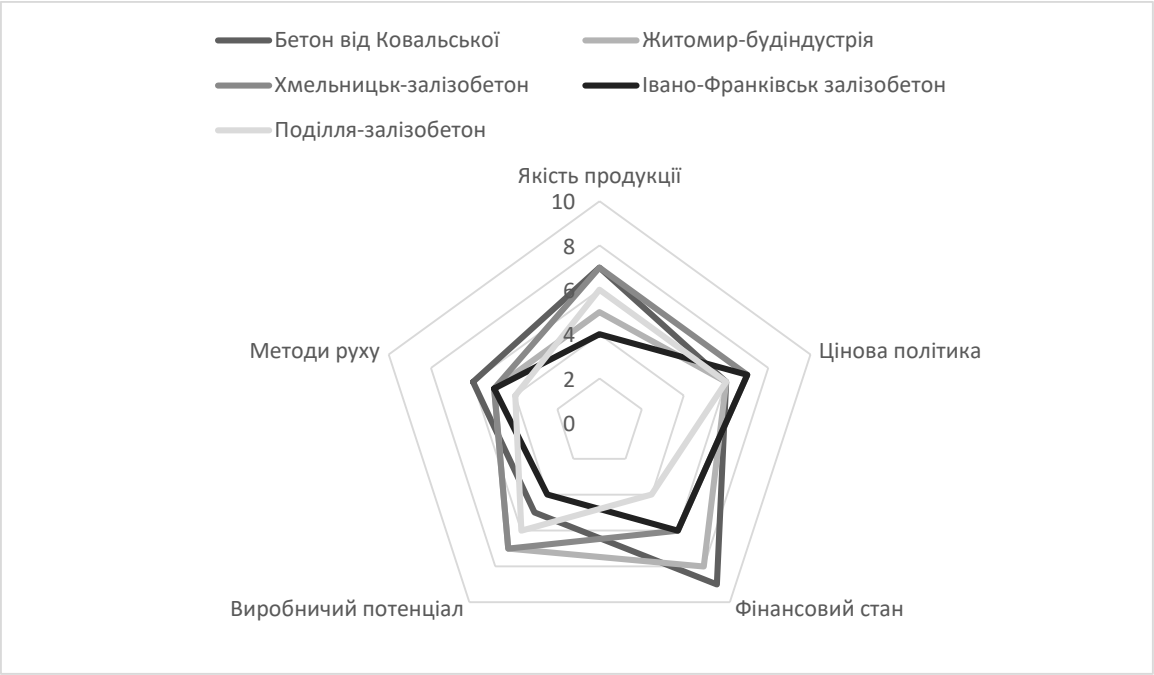


Рис. 2.4 – Радіальна діаграма конкурентоспроможності підприємств

Джерело: розроблено автором на основі проведених розрахунків.

У межах SWOT аналізу підприємство, з одного боку, виявляє і оцінює власні сильні та слабкі сторони, з іншого — визначає можливості й загрози, які є в зовнішньому середовищі [1] (табл. 2.13).

Таблиця 2.13. Матриця SWOT аналізу ТДВ «Хмельницьказалізобетон»

	Зовнішнє середовище		
1	2	3	4
		Можливості: -розвиток нових технологій в будівній сфері; -розвиток рекламних технологій; -пошук нового ринкового сегменту: - пошук інвесторів.	Загрози: -інфляція та зниження купівельної спроможності покупців; -поява нових конкурентів.

Продовження таблиці 2.13

1	2	3	4
	Сильні сторони:	Сила і можливості	Сила і загрози
	- якісна продукція за доступними цінами; - значна кількість постійних покупців; - наявність надійних та постійних постачальників; - добір та навчання працівників;	-використання широкого асортименту продукції та зв'язки з постачальниками для залучення нових інвесторів; -грамотна маркетингова політика, яка дозволить залучити нових клієнтів.	- привернення уваги нових клієнтів доступною ціною за якісну продукцію;
	Слабкі сторони:	Слабкість та можливості	Слабкість та загрози
	- не налагоджена логістика; - зменшення ринкової частки; - відсутність маркетингу та маркетингово відділу	- фільтрація асортименту: відміна не конкурентної продукції та введення нового більш затребуваної продукції.	- зниження інфляції за рахунок нормалізації цінової політики підприємства.

Джерело: побудовано автором

Отже, досліджуване підприємство не дивлячись на високу внутрішньогалузеву конкуренцію на ринку проводить доволі ефективну політику конкурентоспроможності, що дозволяє йому залишатись прибутковим. Проте, відділу менеджменту варто звернути увагу на появу нових конкурентів на ринку та розробити ефективні методи залучення нових клієнтів, маркетингову політику задля того, щоб тримати свою марку на передових позиціях у даній галузі.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНІСТЮ ТДВ «ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»

3.1. Розробка заходів з підвищення управління конкурентоспроможністю підприємства

Забезпечення конкурентоспроможності будь-якого підприємства є складним процесом управління. Важливим аспектом в конкурентній боротьбі є уміння менеджменту влучно та швидко використовували переваги свого підприємства. Основним напрямком покращення конкурентоспроможності є вдосконалення фінансових показників, а саме прибутковості підприємства, рентабельності продажів, і таким чином зміцнювати фінансову стійкість та платоспроможність підприємства.

Для того, щоб конкурентоспроможність ТДВ «Хмельницькзалізобетон» підвищилась, необхідно проводити роботу над продажами продукції. При аналізі діяльності підприємства ми побачили, що з 2019 року на 2020 рік величина чистого прибутку та рентабельність продажів зменшилось, що в свою чергу пов’язано із зменшенням продажів, кількості постійних покупців та приходом нової клієнтської бази. В сьогоднішніх реаліях, на нашу думку, актуальними заходами для збільшення доходу , прибутку є: рекламна діяльність, стимулювання збуту тощо.

Дослідження сильних та слабких сторін ТДВ «Хмельницькзалізобетон» показало, що підприємство має середній рівень конкурентоспроможності свого сегменту ринку, який обумовлений виготовленням якісної продукції за доступною ціною, широким асортиментом, підприємство ефективно веде господарську

діяльність. Однак, SWOT аналіз показав, що на підприємстві відсутня одна із основних конкурентних ланок сьогодення – злагоджена маркетингова політика, рекламні та сучасні технології та відсутність спеціаліста з маркетингу.

Маркетингова діяльність підприємства - це перш за все діяльність, яка вимагає творчого підходу та допомагає приймати рішення, щодо проблеми розвитку ринку товарів, послуг та робочої сили. Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає, в першу чергу орієнтацію споживача [30, с. 56].

Тому, на нашу думку, керівництву необхідно розглянути питання щодо введення до штату ТДВ «Хмельницькзалізобетон» посади маркетолога, який сформував би чітку маркетингову політику на підприємстві.

У табл. 3.1. продемонстровані пріоритетні цілі та очікувані результати маркетингової стратегії підприємства.

Таблиця 3.1. Пріорітетні цілі маркетингової стратегії ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Формування мети	Результати	Цілі	Результати
Скорочення претензій	на 5%	Зростання покупок	на 20%
Збільшити обсяг продажу	до 40%	Напрацювання нової клієнтської бази	на 15%
Збільшити частку постійних клієнтів	до 50%	Збільшення заохочувальних заходів	на 25%
Збільшення допродажу (супутня продукція)	до 30%	Кваліфікаційне навчання менеджерів зі збуту	до 60%

Джерело: складено автором

Отже, сформовані цілі передбачають такі дії: по- перше, у підприємства вже є існуючий веб-сайт, який зроблений в сучасному стилі і в ньому присутні сучасні елементи анімації, які зацікавлюють покупців. Проте, цей сайт ніяк не просувається, у підприємства немає сторінок на інших ресурсах інтернет мережі,

таких, до прикладу, як Telegram, Instagram та Facebook, які за опитуваннями займають 80% часу усіх користувачів мережі Інтернет. Також ТДВ «Хмельницькзалізобетон» не користується послугами розміщення банерів, радіо- та теле-реклами, а на цьому підприємство втрачає біля 10% своїх потенційних покупців. Тому, пропонуємо створення сторінок у різних соціальних мережах та купівлі таргетованої реклами. Переконані, що це дасть змогу напрацьовувати нову клієнтську базу, збільшити покупки та відповідно збільшити обсяги продажу.

Також, при дослідженні було виявлено, що професійний рівень менеджерів зі збуту ТДВ «Хмельницькзалізобетон» поки перебуває на досить низькому рівні. Як наслідок, клієнти часто незадоволені обслуговуванням через невміння менеджерів спілкуватися із замовниками, невміння правильно продавати, в результаті чого, є збільшення кількості претензій, зниження прибутку і частки ринку. Саме тому, працівники потребують кваліфікаційного навчання, яке може здійснювати професійний штатний маркетолог за окрему грошову мотивацію у вигляді премії.

Вважаємо за потрібне, надати рекомендації щодо вдосконалення сайту підприємства додатковими функціями, так, до прикладу, це може бути калькулятор будівельних матеріалів або чат бот ТДВ «Хмельницькзалізобетон». На нашу думку, і за статистикою інших користувачів, така опція збільшить конверсію в покупку, середню суму платежу (чеку), час відвідування сайту, кількість відвідувачів та дозволить розвантажити спеціалістів з продажу, шляхом автоматизації розрахунків, що проводяться ними. Калькулятори можуть бути складені на основі формул та розрахунків професійних будівельних спеціалістів, так само, чат бот, буде побудований на їх знаннях.

Функція чат боту - нести більш інформативний характер для новачків чи аматорів, щоб дізнатись асортимент, ціни, базові знання та відомості про будівництво, в той час коли калькулятори зможуть проводити серйозні

розрахунки. Для покупців - це полегшить вибір і замовлення матеріалів для будівництва та ремонтних робіт, особливо для клієнтів, що виконують роботи самостійно. Для замовників будівельних послуг – це може стати додатковим інструментом перевірки кошторисів та якості робіт найманих працівників або підприємств-підрядників. Для прорабів і майстрів – інструмент швидкого виконання поточних завдань.

Також, задля досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності підприємства, керівний відділ ТДВ «Хмельницькзалізобетон» повинен:

- постійно слідкувати за своїм сегментом ринку, аналізувати діяльність конкурентів, товари, товари замінників та споживачів;
- не забувати про власну продукцію, працювати над технологіями її вдосконалення, покращувати асортиментну політику продукції, яка випускається;
- робити акцент на креативному просуванні товару, незвичні та рішучі дії у маркетинговій сфері.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємства ТДВ «Хмельницькзалізобетон» необхідно зробити акцент на маркетинговій частині роботи підприємства, удосконалити систему обслуговування клієнтів, ввести в експлуатацію новітні технології.

3.2. Економічне обґрунтування впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності на підприємстві

Використання маркетингового підходу в управлінні корпоративною конкурентоспроможністю дозволить отримати додаткові переваги за рахунок формування системи взаємовигідних відносин між виробником, споживачами та іншими учасниками обміну.

Так, до прикладу, підприємство планує збільшити обсяг продажу на 40% за рік, відповідно до цього вартість таргету у різних соціальних мережах на рік складатиме в сумі 2000$,

$$2000\$ = 2000 * 29{,}25 \text{ (по курсу НБУ)} = 58\,500 \text{ грн}$$

Результати інвестиції в таргет наведемо у табл. 3.2.

Таблиця 3.2.Результати інвестицій в маркетингову стратегію ТДВ «Хмельницькзалізобетон»

Показник	2020 рік	2021 рік	Відхилення від 2021 р. до 2020 р.
Витрати на рекламу	0	58 500	+58 500
Витрати на маркетолога	0	80 000	+80 000
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	581 386,0	784 871,1	+203 485,1
Чистий дохів (виручка) від реалізації продукції з вирахуванням за рекламу	581 386,0	646 371,1	+64 985
Рентабельність продажі	21,8	23,3	+1,5

Джерело: складено автором

Отже, ми можемо побачити результат, що витративши значну суму у 2000$ (58 500 грн.) також витративши зарплатню на маркетолога 80 000 грн в рік (маркетолог працює не щоденно, а за потребою дистанційно виконує свої функції) задля збільшення обсягів продажу на 40%, підприємство потенційно збільшить чистий дохід на 64 985 грн., що дає свій економічний ефект у вигляді збільшення показника рентабельності продажів на 1,5 одиниці, що зміцнює фінансову стійкість, платоспроможність та прибутковість нашого підприємства, тим самим впливає на його конкурентоспроможність.

Що підтверджує наш тезис, що в сьогоднішніх реаліях - влучний маркетинг є запорукою успішності.

Стосовно заохочувальних заходів, то вони дозволять утримати та збільшити кількість постійних клієнтів, адже у будівельній сфері постійні клієнти є

важливою ланкою стабільних грошових надходжень. Із заохочувальних можуть бути акції та знижки на наступні покупки, картки з накопичувальними бонусами, програми лояльності.

Наприклад, при купівлі будівельних розчинів на 20 тон, 1 тонна у подарунок і тд. 1 т будівельних розчинів коштує 12 800 грн.

Таблиця 3.3. Розрахунок витрат на заохочувальні заходи

Показник	Розрахунок	Результат
Вартість 20 т	20х12 800	256 000 грн.
Чистий прибуток (вираховуючи податок на прибуток 18% та інші витрати чистий дохід від 20 т)	256 000 – 50 000(інші витрати) - 18%	159 920 грн.
Собівартість 1т будівельного розчину		7 500 грн.
Загальні витрати на подарунок 1 т будівельного розчину	7 500+20%	9000 грн

Джерело: розраховано автором

Результат розрахунку показав, що даруючи 1 т будівельного розчину підприємство витрачає 7 500 грн (собівартість 1 т розчину), а також сплачує за покупця ПДВ 20%, разом 9000 грн.

Отже, чистий прибуток від заохочення буде приблизно становити 150 920 грн., саме тому задля отримання значних прибутків, можна здійснити низку витрат, які є відносно незначними.

Запропоновані нами заходи, після економічного обґрунтування, показали, що як результат, вони дадуть змогу підприємству не лише проводити ефективну конкурентоспроможну політику, а й збільшити свої прибутки.

ВИСНОВКИ

Бакалаврська робота спрямована на вирішення важливого науково-практичного завдання, пов’язаного з управлінням конкурентоспроможністю підприємства. За результатами дослідження сформульовано такі висновки та пропозиції:

Розглянуто сутність поняття конкурентоспроможність. Аналіз даного визначення дозволив зробити висновки, що це поняття є надзвичайно складним та не має єдиної визначеної характеристики. Під конкурентоспроможністю розуміють здатність підприємства займати лідируючу позицію серед конкурентів на внутрішньому або зовнішньому ринку збуту товару. Конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів, що може підвищувати та зменшувати її загальний рівень, виявляти сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів.

Досліджено, що під системою управління конкурентоспроможністю підприємства розуміють сукупність організаційної структури, процесів та ресурсів необхідних для створення і реалізації умов, які в свою чергу сприяють створенню конкурентних переваг. Вона функціонує на типових елементах економічної системи, а саме: меті, суб`єкті, об`єкті, принципах, функціях, процесі та інших особливостях, що надає змогу у комплексі оцінити та забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності для ефективного функціонування підприємства на ринку.

Розглянуто методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, зокрема: загальнонаукові (диференціальний, комплексний) та спеціалізовані: аналітичні, метод «радарів», графічні, аналітико-прогностичні., виокремлено їх переваги та недоліки. Різноманітність методів ставить перед суб’єктом господарювання вибір найбільш оптимального, який би не тільки об’єктивно показав реалістичний стан речей, але й дав змогу спланувати подальшу діяльність, обрати найбільш впливові

фактори конкурентоспроможності, сформувати правильну стратегію конкурентоспроможності, позбавлену суб'єктивізму.

Практичні аспекти управління процесами конкурентоспроможності розглянуто на прикладі сучасного підприємства ТДВ «Хмельницькзалізобетон», у зв'язку з чим надано його характеристику та здійснено аналіз основних фінансово-економічних показників. Підприємство працює прибутково, відповідно продукція є якісною, але рентабельність основних засобів знижується протягом 2018-2020 рр., що пов`язано із загальносвітовою кризою викликаною пандемією COVID-19.При проведенні аналізу управління конкурентоспроможністю ТДВ «Хмельницькзалізобетон» виявили, що підприємство в цілому справляється із завданнями, але необіхдно створити відділ маркетингу для підвищення його конкурентоспроможності .

Проведено оцінку складових управління конкурентоспроможністю підприємства. Аналіз впливу чинників на конкурентоспроможність ТДВ Хмельницькзалізобетон показує, що підприємство працює над тим, щоб мати конкурентну продукцію на ринку. Показник фондовіддачі основних фондів загалом зменшився, що свідчить про напрямок негативних змін показника, ефективність використання виробничих фондів зменшилась, проте показник фондомісткості залишився незмінним, а фондоозброєність збільшилась на 6,6%. Коефіцієнт зносу основних засобів зменшився, проте більшою мірою це пов`язано із меншим використанням основних засобів у зв`язку із пандемією та карантими обмеженнями. Задля утримання конкурентоспроможності своєї продукції підприємство змушене збільшити свої витрати, загалом вони зросли на 11,09 % це 50 522 тис. грн. Коефіцієнт по вивільненню персоналу зменшився в порівняні із минулим періодом, проте коефіцієнт плинності кадрів зріст до 0,4, що свідчить про недосконалу кадрову політику підприємства.

Виявлено, що на ринку будівельних матеріалів існує висока внутрішня конкуренція, яка змушує підприємство докладати зусиль для пошуку нових

методів інноваційної роботи, поліпшення асортиментності продукції Здійснили SWOT аналіз діяльності підприємства та виявили слабку ланку політики ТДВ Хмельницькзалізобетон - відсутність маркетингової стратегії.

Доведено, що сучасна конкурентоспроможна політика ТДВ Хмельницькзалізобетон потребує вдосконалення, аналіз показників показав, що виручка підприємства зменшилась із зменшенням продажів, саме тому ми пропонуємо організувати маркетингову діяльність на підприємстві і за рахунок грошових вкладень в рекламу збільшити прихід покупців прямопропорційно збільшивши дохід від реалізації продукції на 30%. Також пропонуємо вдосконалення існуючого сайту новітніми технологіями, підвищення кваліфікації працівників, введення мотиваційних заходів, що дозволить утримати постійних клієнтів та заохочувати нових.

Отже, оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливим чинником, так як дає можливість побачити реальний стан усіх показників підприємства в комплексі. Підприємство повинно не тільки прагнути модернізувати основні засоби, збільшувати час роботи обладнання, поліпшувати склад, структуру основних засобів, але і максимально підвищувати свою конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chikan A., CzakoE., Kiss-DobronyiB., LosonciD. Firm competiti- veness: A general model and a manufacturing application. Int. J. Production Economics. 2021. № 243. URL : https://reader.elsevier.com/.
2. Mediaplaning.com.ua. URL: http://www.mediaplanning.com.ua/.
3. Weber M. Economy and Society.Vol.I. Berkeley:Universityof California Press, P. 38.
4. Александров И.А., Бурук А.Ф. Оценка конкурентоспособности продукции с учетом ее экологического качества. Наукові праці ДонНТУ. Випуск 37-1. - 2009. - С. 192-202.
5. Балабанова Л.В. Проблеми маркетингового менеджменту в умовах ринкової економіки України. Торгівля і ринок України. Дон ДУЕТ, 2014. №. 10.
6. Баланс (Звіт про фінансовий стан) (форма №1) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2018 р.
7. Баланс (Звіт про фінансовий стан) (форма №1) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2019 р.
8. Баланс (Звіт про фінансовий стан) (форма №1) ХКП ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2020 р.
9. Господарський кодекс: Закон України від 2003 р. № 18-22. Дата оновлення: 15.05.2021 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text (Дата звернення: 25.05.2021 р.).
10. Дикань В.Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства. *Маркетинг: теорія і практика*. Луганськ, 2010. №16. С. 55–58.
11. Должанський І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Центр навч. л-ри, 2006. 384 с.

12.Доц Н.І.Система управління конкурентоспроможністю підприємства. 2010. №20. С. 112-116.

13. Драган О.І. Конкурентоспроможність підприємства в умовах технологічної конкуренції: методологічний аспект. Е*кономіка ринкових відносин.* 2008. № 1. С. 55-59.

14.Звіт про власний капітал (форма №4) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2019р.

15.Звіт про власний капітал (форма №4) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2020р.

16.Звіт про власний капітал (форма №4) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2018р.

17. Звіт про фінансові результати (форма №2) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2018 р.

18. Звіт про фінансові результати (форма №2) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2019 р.

19. Звіт про фінансові результати (форма №2) ТДВ «Хмельницькзалізобетон», 2020 р.

20.Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 527 с.

21. Кобєлєв В.М., Болтенко В.І. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та фактори її підвищення. *Вісник НТУ «ХПІ*». 2015. № 60 (1169). С. 60-64.

22.Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант,2013. 470 с.

23.Костусєв О. Конкурентне середовище в Україні: стан та тенденції розвитку. Конкуренція. 2007. № 4. 114с.

24.Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.

25. Кухтін К. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства**.** 2017. №5. С.1-4.

26. Малиновський Ю.В. Стратегія інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: особливосп формування, реалізації та оцінювання : монографія Львів : Вид. дім «Укрпол», 2009. 198 с.
27. Микитась М. В. Управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства державної форми власності. Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. К., 2013. 21 с.
28. Міщук С., Піхняк Т. Управління конкурентоспроможністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права в XXI столітті:* збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 15 квітня 2022 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2022. 1. С.94-97.
29. Міщук С. Піхняк Т. Фактори впливу на конкурентноспроможність підприємства. XI Міжнародна науково-практична конференція «*SCIENCE, INNOVATIONS AND EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS»* (Токіо, Японія, 1-3 червня 2022). Токіо, Японія, 2022. Pp. 755-760.
30. Могилова А. Ю. Маркетингова діяльність: особливості виходу підприємства на міжнародний рівень. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2018. №6. С. 108 – 111.
31. Николюк О. М. Етимологія та сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2011. № 1. С. 246–249.
32. Офіційний сайт «Житомирагробудіндустрія» URL: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiyi-iIqfj3AhWaAxAIHf8CCN8QFnoECAcQAQ&url=https%3A%2F%2Fz-abi.com %2F&usg=AOvVaw1id41wJ8WoIuIHGxobuMYv.
33. Офіційний сайт «Поділля –залізобетон» URL: https://zalizobeton.koncern-podillya.com.ua
34. Офіційний сайт Завод - «Бетон від Ковальської» URL: https:// beton.kovalska.com/products/zbv/plyty-perekryttya-bagatoporozhnynni-serijni/

35.Офіційний сайт Івано-Франківськзалізобетон URL: https://zalizobeton.if.ua

36. Офіційний сайт ТДВ «Хмельницькзалізобетон». URL: https://hzb.com.ua.

37.Павлова В.А. Розробка моделі вибору конкурентної стратегії промислового підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*: зб. наук. праць НАУ ім. М.Є. Жуковського. Харків: 2010.№. 1 (9). С. 5–16.

38.Партута Т. О., Фесенко Т. В. Конкурентоспроможність підпри- ємства та механізм її забезпечення. *Інвестиції: практика та досвід.* 2012. № 12. С. 91–96.

39.Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 368 с.

40.Погребняк Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури.* Збірник наукових праць. 2011. Випуск 32. С. 45–51.

41.Портер Майкл Е. Конкуренція.: пер. з англ. М.: Вільямс, 2005. 608 с.

42. Про захист економічної конкуренції ЗУ від 2001, № 12, ст. 64. URL: https: //zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text.

43. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 29. Дата оновлення: 15.08.2020. URL: https://zakon. rada. gov. ua/ laws / show/959-12#Text .

44. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 47. Дата оновлення: 13.02.2021 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/1560-12#Text.

45.Рибницький Д.О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2010. Вип. 20.9. С.227-233.

46.Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности. Мариуполь, 2007. 520 с.

47. Смерічевський С.Ф. Розвиток потенціалу підприємства за рахунок побудови системи управління лояльністю. *Економіка та держава.* 2007. № 9. С. 17–19.
48. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов .М. : Соцэкгиз, 1962. 432 с.
49. Статут підприємства ТДВ «Хмельницькзалізобетон». URL: https://hzb. com.ua/page/finansovij-zvit-2020
50. Сукач Г. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств. 2018. С. 52-58.
51. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие. *Экономика и управление*. 2010. № 12 (73). С. 283–287.
52. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент.* Видавничо-книготорговий центр «Маркетинг», 2002. 544 с.
53. Хрущ Н. А. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету.* Хмельницький 2015. No5. С.153–156.
54. Чепурной И.П. Конкурентоспособность продовольственных товаров. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. 120 с.
55. Яцковий Д. Сучасні методики оцинки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень* .2013. вип. 4 (51). С. 183–188.

ДОДАТКИ

Додаток А

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням Загальних зборів учасників Товариства з додатковою відповідальністю „Хмельницькзалізобетон"
(протокол № 12 від 24 квітня 2019 р.)

С Т А Т У Т

Товариства з додатковою відповідальністю
«ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН»

(нова редакція)

(код ЄДРПОУ 01267076)

м. Хмельницький
2019 рік

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 **Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"** (надалі - "Товариство") створено шляхом перетворення (реорганізації) відкритого акціонерного товариства «Хмельницькзалізобетон», яке припинилося.

Товариство діє у відповідності до Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України „Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю" та інших законів України.

1.2. Повне найменування Товариства українською мовою:
ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН"

1.3. Скорочене найменування Товариства українською мовою:
ТДВ "ХМЕЛЬНИЦЬКЗАЛІЗОБЕТОН"

2. СТАТУТНИЙ КАПІТАЛ ТА ВКЛАД УЧАСНИКІВ ТОВАРИСТВА

2.1. Інформація щодо розміру статутного капіталу Товариства, його учасників (надалі – Учасник) та розміру їх частки у статутному капіталі Товариства міститься у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, а також інших документах Товариства.

2.2. Учасники Товариства повинні повністю внести свій вклад протягом шести місяців з дати державної реєстрації Товариства.

2.3. Учасники Товариства можуть збільшити статутний капітал Товариства за рахунок додаткових вкладів Учасників та/або третіх осіб за рішенням загальних зборів Учасників.

2.4. При збільшенні статутного капіталу за рахунок додаткових вкладів номінальна вартість частки Учасника Товариства може бути збільшена на суму, що дорівнює або менша за вартість додаткового вкладу такого Учасника.

2.5. Учасники Товариства можуть збільшити статутний капітал Товариства без додаткових вкладів за рахунок нерозподіленого прибутку Товариства.

2.6. Загальні збори Учасників можуть прийняти рішення про зменшення статутного капіталу Товариства.

2.7. Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном.

Учасники Товариства несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями своїм майном.

Учасники Товариства відповідають за зобов'язаннями Товариства своїми внесками до статутного капіталу, а при недостатності цих сум - додатково належним їм майном в однаковому для всіх Учасників розмірі. При цьому граничний розмір додаткової відповідальності Учасників є кратним 0,04 до вартості внесеного кожним Учасником вкладу.

У разі визнання банкрутом одного із Учасників його відповідальність за зобов'язаннями Товариства між іншими Учасниками пропорційно їх часткам у статутному капіталі Товариства.

3. МЕТА ТА ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Метою діяльності Товариства є досягнення економічних і соціальних результатів, одержання прибутку від провадження господарської діяльності шляхом здійснення виробництва, торгівлі, посередництва, виконання робіт, надання послуг, тощо.

3.2.Предметом діяльності Товариства є:

3.2.1. В галузі виробництва:

- виробництво будівельних конструкцій та виробів;
- виробництво залізобетонних виробів та деталей;
- виробництво арматурних виробів та деталей;
- виробництво та ремонт металоконструкцій і металовиробів;

- виробництво вікон та дверей з деревини;
- виробництво будівельних деталей і виробів з деревини;
- розпиловка лісу;
- виробництво вікон та дверей з композиції ПВХ (полівінілхлорид);
- виробництво ніздрюватого бетону;
- виробництво пінополістиролу;
- виробництво гіпсокартону;
- виробництво бетонних виробів та деталей;
- виробництво товарів народного споживання, в тому числі продуктів харчування;
- виготовлення виробів з пластмаси;
- виготовлення засобів індивідуального захисту та спецодягу;
- виробництво інших будівельних матеріалів.

3.2.2. В галузі будівництва:

- будівельна діяльність (вишукувальні та проектні роботи для будівництва, зведення несучих та огороджуючих конструкцій, будівництво та монтаж інженерних і транспортних мереж);
- проектні роботи для будівництва (для конструкцій та капітального ремонту для звичайних умов);
- обстеження та оцінка технічного стану будівельних конструкцій (визначення параметрів і необхідних характеристик матеріалів і конструкцій із застосуванням спеціального устаткування, приладів та апаратури на об`єктах і в лабораторіях);
-конструювання несучих конструкцій за класами і умовами будівництва (для будівель і споруд II і III класу у звичайних умовах);

- зведення несучих та огороджуючих конструкцій будівель і споруд;
- монтаж конструкцій зовнішніх інженерних мереж і систем;
- монтаж внутрішніх інженерних мереж;
- захист конструкцій;
- будівництво транспортних мереж;
- монтаж технологічного устаткування;
- здійснення електромонтажних та пусконалагоджувальних робіт;
- контроль якості виконаних робіт при виготовленні залізобетонних та бетонних конструкцій та матеріалів, бетонів, розчинів, металоконструкцій та металовиробів, з`єднань, конструкцій та виробів з деревини та композицій ПВХ;
- розробка технологічної документації для забезпечення виробництва збірного залізобетону, бетону, столярних виробів, добування корисних копалин, виготовлення розчинів;
- розробка та виготовлення проектно-кошторисної документації та здійснення архітектурно-художнього проектування;
- монтаж котельних установок;
- монтаж вікон та дверей з деревини та ПВХ;
- будівельні та будівельно-монтажні роботи;
- оздоблювальні та ремонтні роботи;
- встановлення та продаж холодного та гарячого водопостачання та каналізації;
- монтаж систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря;
- газопровідні роботи;
- художньо-оформлювальні, дизайнерські та реставраційні роботи;
- проведення випробувань будівельних матеріалів і виробів;

3.2.3. В галузі торгівлі, громадського харчування та реклами:

- оптова, роздрібна та комісійна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами з відкриттям власних торгівельних мереж, в т.ч. торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами, автомобілями та номерними агрегатами, паливно-мастильними матеріалами;
- здійснення роздрібної та гуртової торгівлі сільськогоспдарською та промисловою продукцією через фірмові магазини та пересувні торгівельні точки;
- виробництво та реалізація хлібобулочних та кондитерських виробів;
- відкриття ринків та торгово-сервісних комплексів;
- організація барів, кафе, ресторанів, їдалень та інших пунктів громадського харчування;
- розробка, виготовлення та розміщення реклами;
- посередницька діяльність;
- організація ярмарок, аукціонів, виставок-продаж.

3.2.4. В галузі інформаційних послуг та технологій:

- організація доступу до європейських та світових баз даних, комп`ютерних мереж та інших джерел інформації;
- розробка, збут, впровадження та супровід програмних продуктів;
- розробка і впровадження нових технологій і техніки в різних галузях народного господарства України;
- надання послуг зв'язку та інших послуг, пов'язаних з використанням телекомунікацій;
- створення та експлуатація мережевих технологій і систем передачі даних;
- надання послуг "Інтернет";
- комерційне використання телефонних мереж, бездротових каналів, стільникового зв'язку;
- виробництво і трансляція реклами, видання газет, журналів, інформаційних бюлетенів, книг, відеогазет, створення телепрограм на замовлення;
- виробництво, тиражування, розповсюдження, демонстрування та прокат відео- та аудіо продукції.

3.2.5. В галузі побутових послуг та туризму:

- прокат побутової техніки, радіоелектронної апаратури;
- ремонт складної побутової техніки, обчислювальної та оргтехніки;
- ремонт побутових електроприладів;
- надання послуг з відео-, аудіо- запису та кінопрокату;
- виготовлення аудіо та відео продукції;
- фотопослуги;
- відкриття та експлуатація готелів і кемпінгів;
- відкриття та експлуатація автостоянок, автокемпінгів;
- туроператорська та турагентська діяльність.

3.2.6. В галузі транспортних та супутніх послуг:

- надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування;
- надання послуг з перевезення пасажирів та їх багажу на таксі;
- здійснення міжнародних перевезень пасажирів та вантажів автомобільним транспортом;
- технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів;
- торгівля деталями та приладдям до автотранспортних засобів;
- складське господарство та допоміжна діяльність у сфері автотранспорту;
- торгівля автомобілями та легковими автотранспортними засобами;
- прокат транспортних засобів.

3.2.7. В галузі сільського господарства:

- виробництво (вирощування) сільськогосподарської продукції;
- закупівля сільськогосподарської продукції у населення за готівку;

- переробка та реалізація сільськогосподарської продукції як власного виробництва, так і придбаної в інших юридичних і фізичних осіб;
- надання послуг по заготівлі, зберіганню та переробці сільськогосподарської продукції;
- надання послуг по обробці землі;
- створення машинно-технологічних станцій (МТС);
- поставка техніки на умовах лізингу;
- вирощування, переробка та реалізація лікарських рослин, виготовлення та реалізація лікарських препаратів;
- ремонт та реалізація сільськогосподарської техніки, в тому числі запасних частин до неї;
- технічне обслуговування сільськогосподарської техніки.

3.2.8. Різне:

- надання послуг, пов'язаних з охороною державної та іншої власності, надання послуг з охорони громадян;
- надання послуг по зберіганню паливно-мастильних матеріалів;
- проведення інформаційно-довідкових, маркетингових та перекладацьких робіт;
- надання консалтингових та інжинірингових послуг;
- надання юридичних послуг;
- посередницька діяльність митного брокера та митного перевізника;
- сервісне обслуговування виготовленої продукції та послуг;
-організація наукових конференцій, семінарів, підготовка та перепідготовка спеціалістів;
- освітня діяльність по підготовці, перепідготовці та підвищенню кваліфікації працівників Товариства;
- надання оздоровчих послуг з правом відкриття власних оздоровчих закладів;
- медична практика , а саме : стоматологічні послуги, терапевтичні послуги, надання послуг спеціалізованим процедурним та іншим медичним обладнанням;
- здійснення операцій з цінними паперами;
- здійснення операцій з нерухомістю;
- здійснення операцій з металобрухтом;
- посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- виробництво, ремонт і реалізація спортивної, мисливської вогнепальної зброї та боєприпасів до неї, а також холодної та пневматичної зброї;
- пошук (розвідка) корисних копалин, їх розробка та експлуатація родовищ корисних копалин;
- виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності;
- виробництво і постачання теплової енергії;
- централізоване водопостачання та водовідведення;
- виконання електровимірювальних робіт на електрообладнанні;
- ремонт електрообладнання та електродвигунів;
- заготівля, переробка, металургійна переробка металобрухту кольорових і чорних металів;
- збирання, заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (за переліками, які визначаються Кабінетом Міністрів України);
- операції у сфері поводження з небезпечними відходами;
- проектування, монтаж, технічне обслуговування засобів протипожежного захисту та систем опалення, оцінка протипожежного стану об'єктів;
- проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів;
- взяття та здача в оренду земельних ділянок;
- утримання гральних закладів;
- проектування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем та окремих об'єктів інженерної інфраструктури;
- діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств;
- зовнішньоекономічна діяльність;

Додаток Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Дата (рік, місяць, число)	2021	01	01
за ЄДРПОУ	01267076		
за КОАТУУ	6810100000		
за КОПФГ	250		
за КВЕД	23.61		

Підприємство **Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"**
Територія ХМЕЛЬНИЦЬКА
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з додатковою відповідальністю
Вид економічної діяльності Виготовлення виробів із бетону для будівництва
Середня кількість працівників 472
Адреса, телефон В.М.Чорновола, буд. 31, м. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ХМЕЛЬНИЦЬКА обл., 29010 644305

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку	V
за міжнародними стандартами фінансової звітності	

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	262	317
первісна вартість	1001	513	624
накопичена амортизація	1002	251	307
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7 729	12 355
Основні засоби	1010	127 106	134 640
первісна вартість	1011	191 575	211 967
знос	1012	64 469	77 327
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2 525	8 525
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	463	276
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	**138 085**	**156 113**
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	75 217	80 791
Виробничі запаси	1101	32 149	40 172
Незавершене виробництво	1102	3 620	2 894
Готова продукція	1103	39 394	37 713
Товари	1104	54	12
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	37 094	40 377
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	14 744	42 743
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	52 769	54 561
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	13 893	16 745
Готівка	1166	93	93
Рахунки в банках	1167	13 800	16 652
Витрати майбутніх періодів	1170	135	111
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	2 482	3 322
Усього за розділом II	**1195**	**196 334**	**238 650**
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	**38**	**38**
Баланс	**1300**	**334 457**	**394 801**

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	190	190
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	5 659	5 659
Додатковий капітал	1410	32	27
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	190	190
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	286 051	336 537
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	**1495**	**292 122**	**342 603**
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	5 595	6 167
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	**1595**	**5 595**	**6 167**
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5 685	6 624
розрахунками з бюджетом	1620	8 088	7 684
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	1 123	1 303
розрахунками з оплати праці	1630	4 374	5 050
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	14 078	18 122
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	1 369	1 609
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2 023	5 639
Усього за розділом III	**1695**	**36 740**	**46 031**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	**1800**	-	-
Баланс	**1900**	**334 457**	**394 801**

ЕП Корбут Валерій Анатолійович

Керівник **Корбут Валерій Анатолійович**

ЕП Молчанюк Євгенія Віталіївна

Головний бухгалтер **Молчанюк Євгенія Віталіївна**

[1] Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток В

	КОДИ		
Дата (рік, місяць, число)	2021	01	01
за ЄДРПОУ	01207076		

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство **Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"**

(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за Рік 2020 р.

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	581 386	638 863
Чисті зароблені страхові премії	*2010*	-	-
премії підписані, валова сума	*2011*	-	-
премії, передані у перестрахування	*2012*	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	*2013*	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	*2014*	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів,робіт, послуг)	2050	(447 561)	(499 150)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	*2070*	-	-
Валовий: прибуток	2090	133 825	139 713
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	*2105*	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	*2110*	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	*2111*	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	*2112*	-	-
Інші операційні доходи	2120	33 277	29 600
у тому числі: дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	*2121*	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	*2122*	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	*2123*	-	-
Адміністративні витрати	2130	(26 863)	(25 769)
Витрати на збут	2150	(33 561)	(35 939)
Інші операційні витрати	2180	(38 633)	(34 302)
у тому числі: витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	*2181*	-	-
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	*2182*	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	68 045	73 303
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	86	-
Інші доходи	2240	156	163
у тому числі: дохід від благодійної допомоги	*2241*	-	-
Фінансові витрати	2250	(489)	(921)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(969)	(764)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	*2275*	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	66 829	71 781
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(12 343)	(13 361)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	54 486	58 420
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	**2450**	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	**2460**	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	**2465**	54 486	58 420

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	365 672	428 186
Витрати на оплату праці	2505	99 343	100 480
Відрахування на соціальні заходи	2510	19 348	19 738
Амортизація	2515	14 438	12 895
Інші операційні витрати	2520	7 282	7 862
Разом	**2550**	506 083	569 161

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

ЕП Корбут Валерій Анатолійович

ЕП Молчанюк Євгенія Віталіївна

Керівник Корбут Валерій Анатолійович

Головний бухгалтер Молчанюк Євгенія Віталіївна

Додаток Г

	КОДИ
Дата (рік, місяць, число)	2021
за ЄДРПОУ	01

Підприємство Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"
(найменування)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за Рік 2020 р.

Форма N3 Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	680 922	726 171
Повернення податків і зборів	3005	-	1 150
у тому числі податку на додану вартість	3006	-	-
Цільового фінансування	3010	-	-
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	-	-
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	16 350	12 526
Надходження від повернення авансів	3020	4 783	2 041
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	74	393
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	59	-
Надходження від операційної оренди	3040	1 397	1 373
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	-	-
Надходження від страхових премій	3050	-	-
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	-	-
Інші надходження	3095	101 581	44 534
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(484 121)	(520 963)
Праці	3105	(78 191)	(81 397)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(20 698)	(21 549)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(70 292)	(73 701)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(12 175)	(11 504)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(36 775)	(39 026)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(21 342)	(23 171)
Витрачання на оплату авансів	3135	(36 908)	(14 390)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(806)	(5 888)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(-)	(-)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(-)	(-)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(-)	(-)
Інші витрачання	3190	(78 141)	(64 240)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	**3195**	36 009	6 060
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	-	-
необоротних активів	3205	2 105	1 315
Надходження від отриманих:			
відсотків	3215	-	-
дивідендів	3220	-	-
Надходження від деривативів	3225	-	-
Надходження від погашення позик	3230	-	-
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	-	-
Інші надходження	3250	273	2 260

Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(6 000)	(2 500)
необоротних активів	3260	(25 825)	(13 708)
Виплати за деривативами	3270	(-)	(-)
Витрачання на надання позик	3275	(-)	(-)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(-)	(-)
Інші платежі	3290	(-)	(941)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	**3295**	-29 447	-13 574
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300	-	2
Отримання позик	3305	182 000	98 600
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	-	-
Інші надходження	3340	-	-
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	(-)	(-)
Погашення позик	3350	182 000	98 600
Сплату дивідендів	3355	(3 405)	(2 464)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(489)	(718)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(-)	(-)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(-)	(-)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(-)	(-)
Інші платежі	3390	(-)	(-)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	**3395**	-3 894	-3 180
Чистий рух грошових коштів за звітний період	**3400**	2 668	-10 694
Залишок коштів на початок року	3405	13 893	24 736
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	184	(149)
Залишок коштів на кінець року	3415	16 745	13 893

Керівник _____ **Корбут Валерій Анатолійович**

Головний бухгалтер _____ **Молчанюк Євгенія Віталіївна**

Електронний підпис ЕП Корбут Валерій Анатолійович
Електронний підпис ЕП Молчанюк Євгенія Віталіївна

Додаток Д

	КОДИ
Дата (рік, місяць, число)	2021 | 01 | 31
за ЄДРПОУ	31267076

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство **Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"**
(найменування)

Звіт про власний капітал
за Рік 2020 р.

Форма №4 **Код за ДКУД** **1801005**

Стаття	Код рядка	Зареєстрований (пайовий) капітал	Капітал у дооцінках	Додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Всього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Залишок на початок року	**4000**	190	5 659	32	190	286 051	-	-	292 122
Коригування: Зміна облікової політики	4005	-	-	-	-	-	-	-	-
Виправлення помилок	4010	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни	4090	-	-	-	-	-	-	-	-
Скоригований залишок на початок року	**4095**	190	5 659	32	190	286 051	-	-	292 122
Чистий прибуток (збиток) за звітний період	**4100**	-	-	-	-	54 486	-	-	54 486
Інший сукупний дохід за звітний період	**4110**	-	-	-	-	-	-	-	-
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	4111	-	-	-	-	-	-	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	4112	-	-	-	-	-	-	-	-
Накопичені курсові різниці	4113	-	-	-	-	-	-	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих і спільних підприємств	4114	-	-	-	-	-	-	-	-
Інший сукупний дохід	4116	-	-	-	-	-	-	-	-
Розподіл прибутку: Виплати власникам (дивіденди)	4200	-	-	-	-	(4 000)	-	-	(4 000)
Спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу	4205	-	-	-	-	-	-	-	-
Відрахування до резервного капіталу	4210	-	-	-	-	-	-	-	-
Сума чистого прибутку, належна до бюджету відповідно до законодавства	4215	-	-	-	-	-	-	-	-
Сума чистого прибутку на створення спеціальних (цільових) фондів	4220	-	-	-	-	-	-	-	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сума чистого прибутку на матеріальне заохочення	4225	-	-	-	-	-	-	-	-
Внески учасників: Внески до капіталу	4240	-	-	-	-	-	-	-	-
Погашення заборгованості з капіталу	4245	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення капіталу: Викуп акцій (часток)	4260	-	-	-	-	-	-	-	-
Перепродаж викуплених акцій (часток)	4265	-	-	-	-	-	-	-	-
Анулювання викуплених акцій (часток)	4270	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення частки в капіталі	4275	-	-	-	-	-	-	-	-
Зменшення номінальної вартості акцій	4280	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни в капіталі	4290	-	-	(5)	-	-	-	-	(5)
Придбання (продаж) неконтрольованої частки в дочірньому підприємстві	4291	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом змін у капіталі	**4295**	-	-	(5)	-	50 486	-	-	50 481
Залишок на кінець року	**4300**	190	5 659	27	190	336 537	-	-	342 603

ЕП Корбут Валерій Анатолійович Електронний підпис ЕП

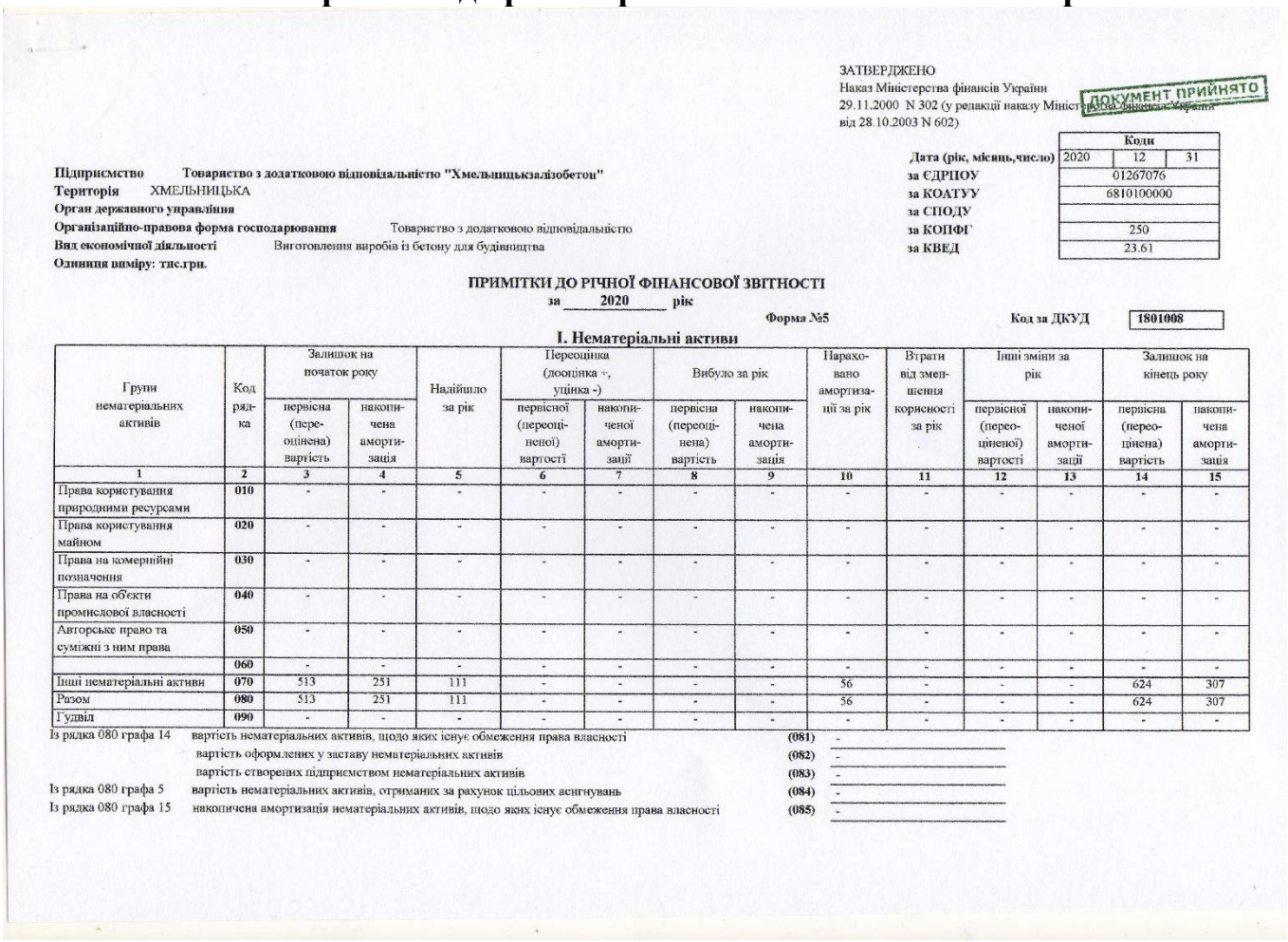
ЕП Молчанюк Євгенія Віталіївна

Керівник **Корбут Валерій Анатолійович**

Головний бухгалтер **Молчанюк Євгенія Віталіївна**

Додаток Е

Витяг із Приміток до річної фінансової звітності за 2020 рік



ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства фінансів України
29.11.2000 N 302 (у редакції наказу Міністерства фінансів України
від 28.10.2003 N 602)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

	Коди		
Дата (рік, місяць, число)	2020	12	31
за ЄДРПОУ	01267076		
за КОАТУУ	6810100000		
за СПОДУ			
за КОПФГ	250		
за КВЕД	23.61		

Підприємство Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"
Територія ХМЕЛЬНИЦЬКА
Орган державного управління
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з додатковою відповідальністю
Вид економічної діяльності Виготовлення виробів із бетону для будівництва
Одиниця виміру: тис.грн.

ПРИМІТКИ ДО РІЧНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ
за 2020 рік

Форма №5 **Код за ДКУД** 1801008

I. Нематеріальні активи

Групи нематеріальних активів	Код рядка	Залишок на початок року		Надійшло за рік	Переоцінка (дооцінка +, уцінка -)		Вибуло за рік		Нараховано амортизації за рік	Втрати від зменшення корисності за рік	Інші зміни за рік		Залишок на кінець року	
		первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація		первісної (переоціненої) вартості	накопиченої амортизації	первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація			первісної (переоціненої) вартості	накопиченої амортизації	первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Права користування природними ресурсами	010	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Права користування майном	020	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Права на комерційні позначення	030	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Права на об'єкти промислової власності	040	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Авторське право та суміжні з ним права	050	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	060	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші нематеріальні активи	070	513	251	111	-	-	-	-	56	-	-	-	624	307
Разом	080	513	251	111	-	-	-	-	56	-	-	-	624	307
Гудвіл	090	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Із рядка 080 графа 14	вартість нематеріальних активів, щодо яких існує обмеження права власності	(081)	-
	вартість оформлених у заставу нематеріальних активів	(082)	-
	вартість створених підприємством нематеріальних активів	(083)	-
Із рядка 080 графа 5	вартість нематеріальних активів, отриманих за рахунок цільових асигнувань	(084)	-
Із рядка 080 графа 15	накопичена амортизація нематеріальних активів, щодо яких існує обмеження права власності	(085)	-

II. Основні засоби

Групи основних засобів	Код рядка	Залишок на початок року		Надійшло за рік	Переоцінка (дооцінка +, уцінка -)		Вибуло за рік		Нараховано амортизації за рік	Втрати від зменшення корисності	Інші зміни за рік		Залишок на кінець року		у тому числі			
															одержані за фінансовою орендою		передані в оперативну оренду	
		первісна (переоцінена) вартість	знос		первісної (переоціненої) вартості	зносу	первісна (переоцінена) вартість	знос			первісної (переоціненої) вартості	зносу	первісна (переоцінена) вартість	знос	первісна (переоцінена) вартість	знос	первісна (переоцінена) вартість	знос
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Земельні ділянки	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інвестиційна нерухомість	105	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Капітальні витрати на поліпшення земель	110	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Будинки, споруди та передавальні пристрої	120	81178	21685	2408	-	-	10	8	4211	-	-	-	83576	25888	-	-	7675	741
Машини та обладнання	130	98619	36170	11695	-	-	1370	1030	8289	-	-	-	108944	43429	-	-	841	332
Транспортні засоби	140	7031	2994	7232	-	-	-	-	747	-	-	-	14263	3741	-	-	31	18
Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	150	1478	812	29	-	-	65	56	219	-	-	-	1442	975	-	-	-	-
Тварини	160	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Багаторічні насадження	170	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші основні засоби	180	705	244	43	-	-	-	-	56	-	-	-	748	300	-	-	15	5
Бібліотечні фонди	190	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Малоцінні необоротні матеріальні активи	200	2564	2564	860	-	-	430	430	860	-	-	-	2994	2994	-	-	-	-
Тимчасові (нетитульні) споруди	210	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Природні ресурси	220	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інвентарна тара	230	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Предмети прокату	240	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші необоротні матеріальні активи	250	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом	260	191575	64469	22267	-	-	1875	1524	14382	-	-	-	211967	77327	-	-	8562	1096

Із рядка 260 графа 14	вартість основних засобів, щодо яких існують передбачені чинним законодавством обмеження права власності	(261)	-
	вартість оформлених у заставу основних засобів	(262)	-
	залишкова вартість основних засобів, що тимчасово не використовуються (консервація, реконструкція тощо)	(263)	397
	первісна (переоцінена) вартість повністю амортизованих основних засобів	(264)	11189
	основні засоби орендованих цілісних майнових комплексів	(2641)	-
Із рядка 260 графа 8	вартість основних засобів, призначених для продажу	(265)	-
	залишкова вартість основних засобів, утрачених унаслідок надзвичайних подій	(2651)	-
Із рядка 260 графа 5	вартість основних засобів, придбаних за рахунок цільового фінансування	(266)	-
Вартість основних засобів, що взяті в операційну оренду		(267)	-
Із рядка 260 графа 15	знос основних засобів, щодо яких існують обмеження права власності	(268)	-
Із рядка 105 графа 14	вартість інвестиційної нерухомості, оціненої за справедливою вартістю	(269)	-

Додаток Ж

Витяг із структурного обстеження підприємства за 2020 рік

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ | 0 | 1 | 2 | 6 | 7 | 0 | 7 | 6 |

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Державне статистичне спостереження

Конфіденційність статистичної інформації забезпечується статтею 21 Закону України "Про державну статистику"

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою відповідальність, яка встановлена статтею 186 [3] Кодексу України про адміністративні правопорушення

№ 1-підприємництво (річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
22.07.2020 № 223

СТРУКТУРНЕ ОБСТЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

за 2020 рік

Подають:	Термін подання
юридичні особи (підприємства)	не пізніше 28 лютого
- територіальному органу Держстату	

Респондент:

Найменування: **Товариство з додатковою відповідальністю "Хмельницькзалізобетон"**

Місцезнаходження (юридична адреса):
В.М.Чорновола, буд. 31, м. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ХМЕЛЬНИЦЬКА обл., 29010
(поштовий індекс, область /АР Крим, район, населений пункт, вулиця /провулок, площа тощо, № будинку /корпусу, № квартири /офісу)

Адреса здійснення діяльності, щодо якої подається форма звітності (фактична адреса):
вулиця М.Чорновола, буд. 31, м. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ РАЙОН, ХМЕЛЬНИЦЬКА обл., 29010
(поштовий індекс, область /АР Крим, район, населений пункт, вулиця /провулок, площа тощо, № будинку /корпусу, № квартири /офісу)

6	8	1	0	1	0	0	0	0

- КОАТУУ

(фактична адреса визначається автоматично в разі подання форми в електронному вигляді)

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ (заповнюють органи державної статистики)	0	1	2	6	7	0	7	6

Розділ 3. Розподіл основних показників за видами економічної діяльності

(тис.грн з одним десятковим знаком)

Код за КВЕД на рівні класу	Назва показників (коди рахунків відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку або спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку)	Середня кількість працівників *(середньооблікова кількість штатних працівників, середня кількість зовнішніх сумісників та працюючих за цивільно-правовими договорами)*, осіб	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) без ПДВ (рахунок 70, із рахунку 71 (без ПДВ) або рахунок 70 (без ПДВ))	Із гр.2 - сума акцизного податку (із рахунку 64)	Вартість продукції (робіт, послуг) власного виробництва для внутрішніх потреб підприємства (рахунки 15, 23)	Вартість продукції (робіт, послуг) власного виробництва для внутрішніх потреб підприємства з метою інвестування свого підприємства (рахунок 15, субрахунки 151,152, 153, 154, 155 або рахунок 15)	Капітальні інвестиції у матеріальні активи (без ПДВ) (рахунок 15, субрахунки 151, 152, 153, 155 або рахунок 15)
	Код Євростату відповідно до Регламенту (ЄС) №295/2008 Європейського парламенту та Ради від 11.03.2008	16 13 0	12 11 0				15 11 0
А	Б	1	2	3 *(гр.3 < гр.2)*	4	5 *(гр.5 <= гр.4)*	6
Х	**Усього по підприємству (рядок 300)** *(сума рядків за видами економічної діяльності, гр.1-11, 16-18)*	**472**	**581 386,0**	**-**	**1 398,6**	**1 398,6**	**26 896,0**
	у тому числі за видами економічної діяльності *(наводяться найменування виду економічної діяльності; якщо на підприємстві більше наявних видів економічної діяльності, ніж передбачено рядками, то їх необхідно зазначити на окремих аркушах)*						
23.61	Виготовлення виробів із бетону для будівництва	387	446 669,3	-	648,1	648,1	26 220,1
23.63	Виробництво бетонних розчинів, готових для використання	40	120 822,7	-	523,1	523,1	595,3
16.23	Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів	36	12 015,6	-	227,4	227,4	80,6
56.29	Постачання інших готових страв	7	607,8	-	-	-	-
68.20	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна	1	1 266,6	-	-	-	-
35.30	Постачання пари, гарячої води та кондиційованого повітря	1	4,0	-	-	-	-

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ (заповнюють органи державної статистики)	0	1	2	6	7	0	7	6

Продовження розділу 3

(тис.грн з одним десятковим знаком)

Код за КВЕД на рівні класу	Матеріальні витрати та витрати на оплату послуг, використані у виробництві продукції (товарів, послуг) (без ПДВ) (рахунки 23, 91, 92, 93, 94 або рахунки 23, 91, 96)	Із гр. 7 - платежі підрядникам (із рахунку 63 або із рахунку 68)	Амортизація (рахунки 83, 91, 92, 93 або 23, 96)	Витрати на оплату праці (рахунки 47, 66, 81 або рахунки 47, 66)	Відрахування на соціальні заходи (рахунки 65, 82 або із рахунку 64)	Запаси незавершеного виробництва (рахунки 23, 25 або рахунок 23)		Запаси готової продукції (рахунки 26, 27 або із рахунку 26)		Запаси товарів та послуг для перепродажу (без ПДВ) (рахунок 28 або із рахунку 26)		Вартість товарів та послуг, придбаних у звітному році для перепродажу (без ПДВ) (рахунок 28 або із рахунку 26)
						на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	
		23 11 0		13 32 0	13 33 0	13 21 3		13 21 3		13 21 1		13 12 0
А	7	8 *(гр.8 < гр.7)*	9	10	11 *(гр.11 < гр.10)*	12	13	14	15	16	17	18
Усього по підприємству (рядок 300)	**371 561,5**	**-**	**14 438,0**	**99 343,0**	**19 348,0**	**3 620,0**	**2 894,0**	**39 394,0**	**37 713,0**	**54,0**	**12,0**	**8,0**
у тому числі: (наводяться усі види економічної діяльності, вказані на стор.3 ф.№ 1-підприєм-ництво (річна))												
23.61	285 060,8	-	6 618,4	85 547,2	16 562,3	3 620,0	2 894,0	37 554,6	35 952,1	-	-	-
23.63	84 798,5	-	7 449,4	11 025,0	2 232,1	-	-	-	-	-	-	-
16.23	799,5	-	299,2	2 335,8	471,5	-	-	1 839,4	1 760,9	-	-	-
56.29	667,4	-	48,0	345,3	65,6	-	-	-	-	54,0	12,0	8,0
68.20	230,1	-	23,0	77,7	14,0	-	-	-	-	-	-	-
35.30	5,2	-	-	12,0	2,5	-	-	-	-	-	-	-